

Der Kampf um die Kunst

Handel und Auktionen positionieren sich am Kunstmarkt

DISSERTATION

zur

**Erlangung des Grades eines Doktors der Philosophie
am Institut für Kulturmanagement
der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg
2004**

Vorgelegt von Dirk Boll aus Kassel

Druck: druckfabrik halle, Halle/S., 2005

Erstgutachter: Prof. Dr. Werner Heinrichs

Zweitgutachter: Prof. Dr. Thomas Knubben

Datum des Abschlusses der mündlichen Prüfung: 8.12.2004

Inhalt	Seite
<u>1. Einführung, Fragestellung und These</u>	1
1.1 Aufbau und Methode	3
1.2 Stand der Forschung	5
1.3 Verzicht auf eine Definition von Kunst	8
1.4 Definition des Untersuchungsgegenstandes	9
1.5 Die Frage nach dem richtigen Ort	11
1.6 Die Geschichte des Kunstmarkts	12
1.6.1 Die Anfänge	12
1.6.2 Der Markt der frühen Neuzeit	13
1.6.3 England holt auf	16
1.6.4 Der moderne Kunstmarkt	21
1.6.5 Rückschläge und Neuformierung	25
1.6.6 Nachkriegsentwicklungen in Deutschland	27
1.6.7 Der Boom und die Ernüchterung	29
1.6.8 Sotheby's in der Integritätskrise	33
1.6.9 Wiederaufstieg nach dem Crash	35
<u>2. Die Struktur des Kunstmarktes</u>	36
2.1 Kommerzielle Kunstvermittler	36
2.1.1 Der Handel	36
2.1.2 Die Auktion	39
2.1.3 Die Mischform	41
2.1.4 Berater, Sachverständige, Detektive	43
2.1.5 Verbände	47
2.1.5.1 Aufgaben	49
2.1.5.2 Fusionen und Spaltungen	50
2.1.6 Kunstmarkt und Luxusindustrie	53
2.1.6.1 Francois Pinault	57
2.1.6.2 Bernard Arnault	58
2.1.6.3 Das Schlachtfeld Kunstmarkt	60
2.1.6.4 Der Ausstieg	65
<i>>Fazit zu 2.1 Kommerzielle Kunstvermittler</i>	68

	Seite
2.2 Inhaltliche Kunstvermittler	69
2.2.1 Die Museen	69
2.2.2 Die Berichterstattung	70
2.2.3 Der Sammler als Kunde	72
2.2.3.1 Unternehmenssammlungen	76
2.2.3.2 Der Händler-Sammler	79
<i>>Fazit zu 2.2 Inhaltliche Kunstvermittler</i>	83
 <u>3. Grundlagen und Rahmenbedingungen</u>	 85
3.1 Organisatorische Grundlagen	85
3.1.1 Absatzformen	85
3.1.2 Auktionsformen	86
<i>>Fazit zu 3.1 Organisatorische Grundlagen</i>	88
3.2 Ökonomische Interdependenzen	88
3.2.1 Vom Wert der Kunst	89
3.2.2 Vom Nutzen der Kunst	92
3.2.3 Die Börse und der Preis	96
3.2.4 Kunst als Investment	99
3.2.5 Das Kartell	106
<i>>Fazit zu 3.2 Ökonomische Interdependenzen</i>	112
3.3 Juristische Rahmenbedingungen	113
3.3.1 Zoll, Steuern, Kulturgutschutz	114
3.3.2 Das Folgerecht	121
3.3.2.1 Begriff und Geschichte	121
3.3.2.2 Die Harmonisierung	123
3.3.2.3 Harmonisierungsfolgen	124
3.3.3 Kunstmarktrecht am Beispiel Deutschlands	131
3.3.4 Harmonisiertes Auktionsrecht in Frankreich	136
3.3.4.1 Neue Kooperationen	140
3.3.4.2 Die Rolle von Paris	146
3.3.5 Rechtsgrundlagen der Internetdistribution	148
3.3.6 Rechtswidrige Praktiken	150
3.3.6.1 Die Scheinauktion	150

	Seite
3.3.6.2 Der Händlerring	151
3.3.6.3 Angeräumte Auktionen	153
>Fazit zu 3.3 Juristische Rahmenbedingungen	154
 <u>4. Kunst als Ware</u>	 157
4.1 Produkteigenschaften	157
4.1.1 Authentizität	158
4.1.2 Knappheit	159
4.1.3 Marktfrische	160
4.1.4 Provenienz	162
4.1.5 Museale Dokumentation	166
>Fazit zu 4.1 Produkteigenschaften	170
4.2 Klassische Sammelgebiete	171
4.2.1 Gemälde	171
4.2.2 Kunst auf Papier	180
4.2.3 Skulpturen	181
4.2.4 Angewandte Kunst und Asiatica	182
4.2.5 Ausbau bestehender Bereiche	186
>Fazit zu 4.2 Klassische Sammelgebiete	189
4.3 Neue Geschäftsfelder	190
4.3.1 Marktverengung und neue Trends	191
4.3.2 Photographie	194
4.3.3 Installationen	197
4.3.4 Kunst der neuen Medien	198
>Fazit zu 4.3 Neue Geschäftsfelder	201
4.4 Raubkunst als Ware	201
4.4.1 Raub und Wiedergutmachung	202
4.4.2 Rechtsgrundlagen	209
4.4.2.1 Gutgläubiger Erwerb	210
4.4.2.2 Verjährung und andere Einwände	212
4.4.3 Auswirkungen auf den Kunstmarkt	213
>Fazit zu 4.4 Raubkunst als Ware	218
4.5 Fälscher der Kunst	219

	Seite
4.5.1 Formen der Kunstfälschung	222
4.5.2 Berühmte Beispiele	225
4.5.3 Absatz von Fälschungen	226
4.5.4 Artverwandte Bereiche	228
>Fazit zu 4.5 Fälscher der Kunst	231
<u>5. Der Beschaffungsmarkt</u>	233
5.1 Der Kunstmarkt als Mangelverwaltung	233
>Fazit zu 5.1 Der Kunstmarkt als Mangelverwaltung	239
5.2 Konkurrenz auf dem Beschaffungsmarkt	239
>Fazit zu 5.2 Konkurrenz auf dem Beschaffungsmarkt	245
5.3 Kundenkontakte auf dem Beschaffungsmarkt	245
5.3.1 Handel	246
5.3.1.1 Kommunikationspolitik	246
5.3.1.2 Zusammenschlüsse	248
5.3.1.3 Die Grenze zwischen Primär- und Sekundärmarkt	249
5.3.2 Auktionshäuser	252
5.3.2.1 Expertensprechstunden und Referenzpolitik	252
5.3.2.2 Garantieverprechen	254
5.3.2.3 Sonstige Finanzdienstleistungen	260
5.3.2.4 Das Netzwerk	262
>Fazit zu 5.3 Kundenkontakte auf dem Beschaffungsmarkt	265
<u>6. Der Absatzmarkt</u>	267
6.1 Der Absatzmarkt des Handels	267
6.1.1 Verkaufsräume	267
6.1.1.1 Der Standort	270
6.1.1.2 Das Netzwerk	272
6.1.2 Messen	273
6.1.2.1 Maastricht	278
6.1.2.2 London	280
6.1.2.3 Düsseldorf	281
6.1.2.4 München	282

	Seite
6.1.2.5 Basel	283
6.1.2.6 Köln	285
6.1.2.7 Frankfurt	288
6.1.2.8 Berlin	289
6.1.2.9 Sonstige Messen	291
6.1.3 Neue Distributionskanäle	294
6.1.3.1 Handel im Internet	295
6.1.3.2 Sonstige Absatzalternativen	301
6.1.4 Kundenkontakte auf dem Absatzmarkt	302
6.1.4.1 Kataloge	305
6.1.4.2 Vorträge und Vernissagen	306
6.1.4.3 Sonderaktionen und Galerie-Festspiele	309
6.1.5 Kundendienst	311
<i>>Fazit zu 6.1 Der Absatzmarkt des Handels</i>	313
6.2 Der Absatzmarkt der Auktionen	314
6.2.1 Die Saalauktion	314
6.2.1.1 Die Kataloge zur Saalauktion	314
6.2.1.2 Die Vorbesichtigung	321
6.2.1.3 Der Auktionsablauf	323
6.2.1.4 Die Atmosphäre	328
6.2.2 Die Internetauktion	332
6.2.2.1 Organisationsmodelle	332
6.2.2.2 Geschichte	335
6.2.2.3 Risiken und Chancen	340
6.2.3 Neue Distributionskanäle	344
6.2.4 Der Kampf um den Mittelmarkt	347
6.2.5 Kundenkontakte auf dem Absatzmarkt	353
6.2.5.1 Das Käuferaufgeld	354
6.2.5.2 Instrumente	354
6.2.6 Kundendienst	359
6.2.6.1 Beratung	359
6.2.6.2 Organisationshilfen und Finanzdienstleistungen	361
6.2.6.3 Sonstige Dienstleistungen	362

	Seite
6.2.7 Absatz der Mischform Auktion/Handel	365
<i>>Fazit zu 6.2 Der Absatzmarkt der Auktionen</i>	367
 <u>7. Zusammenfassung und Ergebnisse</u>	 369
7.1 An- und Verkauf über Auktion und Handel	369
7.2 Eine Bestandsaufnahme der Marktveränderungen	370
7.3 Entwicklungslinien und Fazit	373
 <u>Anhang</u>	
A.) Expertengespräche	I
Namen, Adressen und Daten	I
Interviewleitfaden	IV
 B.) Literaturverzeichnis	 V
Buchveröffentlichungen	V
Zeitungs- und Zeitschriftenpublikationen	XXX
Agenturmeldungen	CXV
 C.) Ehrenwörtliche Erklärung und Lebenslauf	 CXVI

1. Einführung, Fragestellung und These

Ursprünglich waren Kunstauktionen ein reiner Zwischenhandel. Sie bildeten die wichtigste Einkaufsquelle für den Kunsthandel. Im Bereich der absoluten Marktspitze war die Teilnahme an Kunstauktionen seit Bestehen der großen Londoner Häuser allerdings auch ein gesellschaftliches Ereignis. In diesen Bereichen des Marktes kauften daher auch immer wieder Sammler selbst. Mit dem Auftreten der großen Sammlerpersönlichkeiten, insbesondere der amerikanischen Industriemagnaten um 1900, verstärkte sich diese Tendenz, ohne die Vorherrschaft der Händler gefährden zu können.¹

Seit einigen Jahren ist bei den Auktionshäusern ein Umdenken erkennbar. Die limitierte Zahl von Kunstwerken behindert moderne Beschaffungs- und Absatzplanungen. Da Umsatzsteigerung nicht durch eine Erhöhung der Zahl der vermittelten Objekte zu erzielen ist, kann sie nur durch Ausweitung der Nachfrage und der damit verbundenen Erhöhung des Preisniveaus erreicht werden. Nötig ist dafür die stärkere Beteiligung von Direktkunden an Auktionen. Diesen wird suggeriert, dass sie den Handelsaufschlag leicht einsparen können. Die verstärkte Konkurrenz der Bieter steigert das Preisniveau; zudem sind die Direktkunden bei der Erfüllung ihres Kaufwunsches nicht an die Voraussetzung gebunden, durch einen marktgerechten Zuschlagspreis auch einen Weiterverkauf mit Gewinn sicherzustellen. Man kann feststellen, dass die Auktionshäuser versuchen, den Wandel vom Groß- zum Einzelhandel herbeizuführen.²

Der Auftritt des Direktkunden auf der Versteigerungsbühne hat das Geschäft nachhaltig verändert. Schon in den 1950er Jahren schrieb der Ökonom Robert Wraight: "Das althergebrachte 'Gentlemengeschäft', bei dem der Verkäufer mit einem angemessenen Preis zufrieden war, der es dem Kunsthändler ermöglichte, zu einem angemessenem Preis zu verkaufen und so einen Klienten glücklich zu machen, ist heutzutage durch ein erbarmungsloses Duell in der Auktionsarena ersetzt."³

¹ Vor dem Krieg waren die Direktkunden auf Auktionen in der klaren Minderheit; sie sollen maximal ein Drittel ausgemacht haben (WILHELM (1990): 82).

² LACEY (1998): 341.

Diese Entwicklung hat sich in den letzten Jahren verstärkt; seit Anfang der 1980er Jahre kann man die Konkurrenz zwischen Auktionswesen und Kunsthandel als Verdrängungswettbewerb bezeichnen.⁴ Mittlerweile wird über die Hälfte aller auf dem Markt gehandelten Objekte über Auktionen abgesetzt. Die Krise des Kunstmarkts Anfang der 1990er Jahre hat die Situation verschärft. Besonders die großen, kapitalstarken Auktionshäuser forschen auf dem Markt nach Nischen, die sie durch ein eigenes Waren- oder Dienstleistungsangebot ausfüllen können. Der in diesen Nischen ansässige Kunsthandel sieht seine Geschäftsgrundlage bedroht.

Der Kampf um die Kunst: Es stellt sich die Frage nach den Gründen dieser Veränderung und besonders nach ihren Grenzen. Es ist zu untersuchen, in welchem Maße der Kunsthandel in naher Zukunft überflüssig sein wird, da die Auktionen alle seine Warengebiete und Dienstleistungen ebenfalls, besser, günstiger und aufregender werden anbieten können.

Wird Kunsthandel in absehbarer Zeit nur noch in Randgebieten stattfinden? Denkbar wäre dies einerseits auf höchstem Niveau und in Marktbereichen, welche aufgrund des zunehmenden Materialmangels keine andere Vermittlungsform mehr zulassen; andererseits auf niedrigem Qualitätsniveau, wo der Durchschnitt der Preise die Durchführung von Auktionen betriebswirtschaftlich verbietet und die Vermittlung über Internetplattformen die Konkurrenz der Anbieter extrem verschärft. Die These ist, dass die Veränderungen der Rahmenbedingungen und Grundlagen des Kunstmarktes wie auch die Ausweitung der Geschäftstätigkeit von Auktionshäusern den Kunsthandel in die Nischen des Marktes abdrängen.

Der im Rahmen dieser Arbeit unternommene Versuch, durch eine Zusammenschau vielfältiger Sichtweisen der Literatur diese Fragen in ihren sachlichen Kontext zu stellen, darf einen Gesichtspunkt nicht verbergen: Die sinnliche Faszination, die von der Auktion seit Jahrhunderten ausgeht. Die rituelle Dramaturgie dieses im Grunde archaischen Wettstreits hält immer wieder Momente bereit, die dem Mitwirkenden den Atem stocken lässt und auch den Unbeteiligten in Bann schlägt. Ausgerechnet

³ WRIGHT (1966): 145.

⁴ HONSEL (1984): 42.

diese Dimension des Themas wird hier nur nüchtern gestreift in der Hoffnung, dass Berufenere hierfür auch künftig Worte, Töne, Bilder finden, die uns bewegen.⁵

1.1 Aufbau und Methode

Basis der Arbeit ist eine Darstellung der Arbeitsweise des Marktes, um die Grundlagen des zunehmenden Erfolges von Auktionen aufzuzeigen. Da der Kunstmarkt zahlreiche Traditionen zurückliegender Jahrhunderte in sich birgt, wird zunächst die Geschichte des professionellen Kunstmarkts dargestellt. Im zweiten Kapitel folgt eine Einführung der Teilnehmer dieses Marktes zur Definition des Untersuchungsgegenstands. Das dritte Kapitel stellt die organisatorischen und rechtlichen Grundlagen sowie den ökonomischen Interpendenzen des Kunstmarktes dar.

Der Warendurchlauf des Markts wird in der Chronologie anschaulich gemacht: Das vierte Kapitel untersucht die Problematik, welche Eigenschaften Objekte zur geeigneten Ware des Kunstmarktes machen. Es folgen der Beschaffungsmarkt im fünften sowie der Absatzmarkt einschließlich der Darstellung weitergehender Dienstleistungen im sechsten Kapitel. Das siebte Kapitel schließlich fasst die gewonnenen Erkenntnisse zusammen und wagt einen Ausblick.

Der Kunstmarkt hat sich in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten nicht nur generell stark gewandelt, die Geschwindigkeit des Wandels nimmt darüber hinaus ständig zu. Für Prognosen des Kunstmarktes fehlt ein Modell, es gibt kein Instrument der Analyse.⁶ Der Grund hierfür liegt in der Wahrnehmung von Handel und Strukturen über die Kunst, nicht über die Ökonomie.⁷ Öffentliches Zahlenmaterial über den Kunstmarkt ist spärlich; er wird weder beim Statistischen Bundesamt in

⁵ Hier mag man z. B. an Alfred Hitchcocks Film "Der unsichtbare Dritte" denken, der einen Teil der Geschichte im Rahmen einer Auktion erzählt. Vita Sackville-West macht die Versteigerung eines Landsitzes zum Handlungsrahmen ihrer Erzählung "The Heir" (SACKVILLE-WEST (1990)). Der Künstler Ilya Kabakov erfand gar den Künstler Charles Rosenthal, dessen Werke und Tagebuchaufzeichnungen er seit 1999 auf Ausstellungen zeigt – dessen fiktive Erfahrungen mit dem Kunstmarkt haben zur Folge, dass er sich ein Verbot von Auktionen wünscht (CRÜWELL: 03.03.2001).

⁶ DRÖSCHEL (2002): 17.

⁷ DRÖSCHEL (2002): 17.

Wiesbaden noch bei der Europäischen Union spezifisch erfasst.⁸ Zwar gibt das Statistische Bundesamt Umsatzzahlen für den Gesamtmarkt an, jedoch enthalten diese auch alle Dekorationsbilder und -objekte, welche nicht auf dem Kunstmarkt, wie er hier verstanden wird, verkauft werden.⁹

Ganz generell lässt sich ein Zusammenhang zwischen Inhalt und Wert eines Kunstwerkes nicht in einer wirtschaftswissenschaftlichen Analyse darstellen.¹⁰ So lassen sich Entwicklungen des Kunstmarktes allein an Indizes und Umsatzzahlen der einzelnen Unternehmen festmachen.¹¹ Und hier wiederum können lediglich die Umsatzzahlen der Auktionshäuser als aussagekräftig herangezogen werden, da die Umsätze des Handels zumeist nur die jeweiligen Mikrostrukturen beschreiben und in aller Regel nicht öffentlich zugänglich sind.¹²

Zahlreiche Entwicklungen erschließen sich eher aus Äußerungen der Beteiligten und Medienberichten als aus dem Rückblick der Literatur und der Forschung. Sie sind daher die empirische Basis der Untersuchung: Im Zeitraum von Juli 1997 und April 2004 wurden im Rahmen einer empirisch-systematischen Inhaltsanalyse der Berichterstattung regelmäßig 30 Zeitungen und 22 Magazine ausgewertet.¹³ Diese

⁸ FESEL (2002): 314.

⁹ Dies sind auch alle "Schönen Zigeunerinnen", "Röhrenden Hirsche" und "Trinkenden Mönche", welche in Kaufhäusern und Supermärkten vertrieben werden (LUDORFF: 09/1997). Originalgraphik, die bei Lebensmittel-Discounter angeboten wird (z.B. Aldi), ist hingegen in dieser Zahl nicht enthalten (VALENTIEN: 06./07.09.2002; TRABERT: 23.11.2003; ROSSMANN: 02.12.2003). Zur Definition des Untersuchungsgegenstandes vgl. 1.4 – Definition des Untersuchungsgegenstandes.

¹⁰ KAUBE: 09.03.2002 stellt als Ausnahme die Wertzuwachstheorie von David W. Galenson vor, vgl. 5.1 – Der Kunstmarkt als Mangelverwaltung.

¹¹ WILKE: 02/2001.

¹² KRONSTEINER/RUMP: 10.08.2002. Banken beziehen sich bei ihren Darstellungen von Entwicklungen des Kunstmarktes auf das weltweit jeweils umsatzstärkste Haus (WILKE: 02/2001). Im Betrachtungszeitraum dieser Arbeit war dies jeweils Christie's (MENON: 21.11.1999; BARKER: 10.01.2000; THORNCROFT: 07.03.2000; FRANKS: 23.03.2001; STEPHAN: 24.03.2001; VILLINGER: 16.03.2002; Handelsblatt vom 09./10.08.2002; VILLINGER: 14.09.2002). Zum Vergleich: Der Christie's Umsatz im Jahr 2000 betrug £ 1,56 Milliarden, Lempertz, das umsatzstärkste deutsche Auktionshaus, erzielte im Vergleichszeitraum einen Umsatz i.H.v. DM 64,3 Millionen, was Ende 2000 ca. £ 19,9 Millionen entsprach (VALENTIN: 06.03.2001).

¹³ Zum Begriff der Inhaltsanalyse vgl. MERTEN (1995) und FRÜH (1998). Alle zitierten Artikel sind im Literaturverzeichnis im Anhang angegeben; vgl. 8.1.2 – Zeitungs- und Zeitschriftenpublikationen. Alle zitierten Artikel sind in Form von Papierkopien vorlegbar. **Kontinuierlich ausgewertete Zeitungen waren:** Antiquitäten Zeitung, The Art Newspaper, The Daily Telegraph, The Evening Standard, L'Express, The Express, Le Figaro, The Financial Times, Finanz und Wirtschaft, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Frankfurter Rundschau, The Guardian, Handelsblatt, The Independent, The Independent on Sunday, The International Herald Tribune, Der Kurier, Le Monde, Neue Züricher Zeitung, The New York Times, The Observer, Der Standard, Stuttgarter Nachrichten, Stuttgarter Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Sunday Telegraph, The Sunday

Inhaltsanalyse wird ergänzt durch Befragungen in Form von Leitfadeninterviews.¹⁴ Es wurde darauf Wert gelegt, für jeden Bereich des Kunstmarkts einen namhaften Vertreter zu Wort kommen zu lassen: Vertreter der internationalen Auktionshäuser, der nationalen Auktionshäuser, des Altkunsthandels, des Galeriehandels, der Museen, der Berichterstattung sowie der Sammler. Die Befragten hatten Gelegenheit, die Veränderungen des Marktes begleitend zu kommentieren, d.h. den Leitfaden während des Untersuchungszeitraumes mehrfach zu beantworten. Die intensive Beobachtung des Kunstmarkts während der langjährigen Berufserfahrung des Autors zeigt sich zudem in zahlreichen Beispielen aus der Praxis, wobei die geschilderten Untersuchungsmethoden die Objektivierung dieser Eindrücke gewährleisten.

1.2 Stand der Forschung

Eine übergreifende Darstellung des Themas steht bislang aus, jedoch gibt es Literatur zu Einzelaspekten in verschwenderischer Fülle. Vereinfachend kann festgestellt werden, dass sich die in der Literatur zu einzelnen Themen vertretenen ideologischen Grundpositionen in drei Hauptrichtungen einteilen lassen, was gleichzeitig eine verbindende Ergänzung durch die vorliegende Arbeit angezeigt erscheinen lässt.

Times, The Times, Die Welt, Die Welt am Sonntag, Die Woche, Die Zeit. **Kontinuierlich ausgewertete Magazine waren:** ARAM, ART, Art & Auction, Art Investor, ARTnews, Capital, Focus, Galleries, Kunstforum, Kursbuch, Masterpiece, neue bildende Kunst, Neue Juristische Wochenschrift, Sammler Journal, Der Spiegel, tema celeste, Time Magazine, Wallpaper, Wall Street Journal, Wall Street Journal Europe, Weltkunst, Weltkunst moderne. **Darüber hinaus wurden Artikel aus folgenden Zeitungen zitiert:** Berliner Morgenpost, Burlington Post, Daily Mail, Daily News, Economie, Edinburgh Evening News, The Financial Mail, The Financial Mail on Sunday, Handelszeitung, The Irish Times, Jewish Chronicle, Kölnische Rundschau, Kölner Stadtanzeiger, KUR, Leipziger Volkszeitung, Münchner Merkur, Neue Kronen Zeitung, The New York Post, Nordbayrischer Kurier, Point de Vue, Die Presse, Scotland on Sunday, The Scotsman, The Spectator, Südkurier, The Sunday Business, Sunday Express, The Sunday Observer, St. Galler Tagblatt, Der Tagesspiegel, die tageszeitung, Weekend Financial Times, Die Weltwoche, Wirtschaftsanalysen – Trends. **Ebenso wurden Artikel aus folgenden Magazinen zitiert:** Architectural Digest, Antique Interiors, Asian Art, Automobil Forum, The Boulay, brandeins, The Business, Decanter, Director, Les Echos, FACTS, Le Figaro Magazine, The Financial Times Business Weekend, Gentleman Quarterly, House&Garden, IHK Magazin Wirtschaft, Image, KULTUR, KulturSPIEGEL, KUNST Intern, Kunstchronik, Luxury Briefing, Management Today, Manager Magazin, Merkur, mobil, Monopol, museumskunde, Parnass, Der Rotarier, Tribune des Arts, VDI-Nachrichten, Vanity Fair, Wirtschaftsblatt. **Insgesamt wurden 2026 Artikel zitiert.** Zeitungs- und Magazinquellen sind mit dem Namen des Verfassers und dem Erscheinungsdatum zitiert. Angaben aus Leitfadeninterviews sind gleich Zeitungs- und Magazinquellen zitiert. Buchquellen sind mit Verfassername, Erscheinungsjahr in Klammern sowie Seitenzahl der Fundstelle angegeben. Buchzitate sind Zeitungs- und Magazinzitaten sowie Angaben aus Leitfadeninterviews vorangestellt.

¹⁴ Vgl. FRIEDRICHS (1990): 224f. Der Musterleitfaden befindet sich im Anhang A.). **Insgesamt wurden 31 Leitfadeninterviews geführt.** Alle Interviews wurden teilprotokolliert und auf Tonband aufgezeichnet. Die Expertenaussagen sind gleich sonstigen Zitaten verarbeitet.

Der Klassiker ist “Die Kunstmärkte” von Christian Herchenröder, erstmals 1972 erschienen. Nach einer Aktualisierung 1990 als “Die neuen Kunstmärkte” wurde er 2000 fortgeführt als “Die Kunstmärkte im Wandel”. Durch seine 30jährige Tätigkeit als Kunstmarktreakteur des Handelsblattes ist Herchenröder ein profunder Kenner der Materie.¹⁵ Mit seinem Hinweis, dass der Kunstmarkt eigentlich aus einer Summe von Einzelmärkten besteht und daher eine einheitliche Trendvorhersage nur begrenzte Gültigkeit hat, erweist sich Herchenröder als Vertreter einer rein marktwirtschaftlich ausgerichteten Position.

In seinem 2003 erschienenen Abriss der Geschichte von Kunstauktionen bezeichnet er das System „Auktion“ als „Evergreen des Wirtschaftslebens“.¹⁶ Auktionsformen und –theorien analysierten grundlegend Ralph Cassady bereits 1967 („Auctions and Auctioneering“), sowie Matthias Kräkel 1992 mit „Auktionstheorie und interne Organisation“. Beide vertreten ebenfalls eine stark ökonomisch dominierte Position, indem sie nachweisen, dass es sich bei dem seit Jahrhunderten zur Vermittlung von Kunst genutzten Allokationsmodell um das theoretisch den größten Erfolg versprechende System handelt.

Vor allem historische Aspekte des Kunstmarktes werden von Vertretern einer rein deskriptiven Position dargestellt, bevorzugt unter Zuhilfenahme des anekdotischen Potentials des Themas und in aller Regel unter Ausblendung sonstiger gesellschaftlicher Zusammenhänge. Die Geschichte des Kunstmarkts behandelt ausführlich Peter Watson in “From Monet to Manhattan”, erschienen 1992. Ergänzen lässt sich diese Darstellung, die ihren Schwerpunkt eher im Auktionsbereich hat, seit 1994 durch Hans Peter Thurns Abhandlung “Der Kunsthändler - Wandlungen eines Berufes”. Beide zeigen, dass nahezu alle Gepflogenheiten des zeitgenössischen Kunstmarktes auf langjährigen, teilweise jahrhundertealten Traditionen beruhen. Die grundlegende Bedeutung des Auktionsmarktes für die kunsthistorische Forschung weist Friederike Drinkuth in einer 2003 publizierten, ausschließlich beschreibenden Arbeit nach, welche trotz ihres Titels „Der moderne Auktionshandel“ andere Bereiche des Auktionswesens nur streift.

¹⁵ So auch DIE ZEIT in der Besprechung der “Kunstmärkte im Wandel” (HERSTATT: 28.12.2000). Herchenröder hat seine Tätigkeit für das Handelsblatt Ende 2003 beendet und arbeitet seither ausschließlich als Autor (Handelsblatt vom 02./03.01.2004).

Unter einem historisch-kritischen Gesichtspunkt schließlich lässt sich auch aus einem Meilenstein der Geisteswissenschaften ein Aspekt der Betrachtung ziehen. Als grundlegend im Bereich des vom Rezipienten realisierten Nutzens ist Walter Benjamins Darstellung des Rituals in seiner Abhandlung „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“ zu nennen, erstmals 1935 erschienen. Vor diesem Hintergrund lieferte Wolfgang Ulrich 2000 die zeitgenössische Analyse des vom Rezipienten realisierten Nutzens moderner Kunst mit der Darstellung vom Einsatz moderner Kunstwerke zur politischen und wirtschaftlichen Repräsentation („Mit dem Rücken zur Kunst“).

In der Breite überwiegt in der Literatur jedoch die Darstellung und Untersuchung der Sammelleidenschaft. Die Bandbreite reicht hier von soziologischen Analysen, die wie Adolph Donath schon 1923 in „Der Kunstsammler – Psychologie des Kunstsammelns“ oder Werner Muensterberger in seinem 1994 erschienen Werk „Collecting – an Unruly Passion“ das Sammeln als Funktionsmuster auf übergeordnete Handlungsmodelle hin untersuchen, bis hin zu eher persönlichen, großteilig autobiographischen und daher deskriptiv-anekdotischen Sammlerportraits. Was Donath und Muensterberger wissenschaftlich umschreiben und untersuchen, wird allerdings ebenfalls in den Sammlerbiographien deutlich: Dass es sich bei Sammelleidenschaft immer um persönliche Motivbündel handelt.

Ebenfalls historisch-kritisch wurde die ökonomische Seite des Marktes von Werner W. Pommerehne und Bruno S. Frey 1993 in ihrem Werk „Musen und Märkte“ aufbereitet. Mit den ökonomischen Interdependenzen befasste sich Bruno S. Frey auch in der Publikation „Art&Economics“, erschienen 2000. Die Suche nach übergeordneten Funktionsmechanismen führte in beiden Fällen zu einer Identifizierung des Kunstmarkts als Sondermarkt und mündete in „Musen und Märkte“ in eine eingehende Analyse des Kunstinvestments. Als wiederum rein deskriptive und verstärkt anekdotische Ergänzung ist „Die wa(h)re Kunst“ von Holger Bonus und Dieter Ronte zu sehen, welche 1997 den Weg des Kunstwerkes vom Atelier über die Vermittlung bis in die Museumssammlung anschaulich

¹⁶ HERCHENRÖDER (2003): 5.

nachzeichneten, wodurch die Zufälligkeiten und Risiken der kommerziellen Beschäftigung mit Kunst deutlich werden.

Der ordnungspolitisch neoliberale Ansatz von Bonus und Ronte findet sich partiell auch in der 2002 von Lothar Pues, Edgar Quadt und der Künstlerin Rissa publizierten Aufsatzsammlung „Art Investor“, die die Grundlagen und Rahmenbedingungen des Kunstinvestments beschreibt. Da die Beiträge zum größten Teil von kommerziellen Marktteilnehmern stammen, wird insgesamt eine den Erfolg von Kunstinvestment nachdrücklich in Aussicht stellende Position vermittelt. Eher historisch-kritisch wurden die wertbildenden Faktoren von Kunstwerken im von Susanne Anna, Wilfried Dörstel und Regina Schultz-Möller publizierten Katalog der Ausstellung „WertWechsel“ dargestellt, welcher anlässlich dieser Ausstellung 2001 veröffentlicht wurde.

Einen Überblick über einige Einzelaspekte ermöglichten 2002 Jörn-Axel Meyer und Ralf Even mit einer Sammlung von Aufsätzen diverser Marktteilnehmer; obgleich der Titel „Die Zukunft des Kunstmarktes“ eine Zusammenschau andeutet, wurden die von den Autoren dargestellten Einzelaspekte lediglich beschreibend abgehandelt und nicht untereinander in Beziehung gesetzt. Ein direkter Vergleich zwischen der Arbeitsweise der Auktionshäuser und der des Kunsthandels liegt bislang nicht vor.

1.3 Verzicht auf eine Definition von Kunst

Kunst ist die Gestaltung eines seelisch-geistigen Gehalts durch eine eigenwertige Form nach bestimmten Gesetzen - so das Oberverwaltungsgericht Münster in einer Entscheidung zur Kunstfreiheit im Jahre 1959.¹⁷

Die Versuche, Kunst zu definieren, sind ungezählt. Abgesehen von der landläufigen Meinung „Kunst ist, was ich nicht kann“ fallen unter den Kunstdefinitionen einerseits

¹⁷ NJW 1959, 1860, 1892. Diese Definition fasst die Haltung des Bundesverfassungsgerichts (BVerfGE 30, 173, 188 - sog. „Mephisto“-Beschluss) prägnant zusammen und hat sich in der juristischen Literatur wie auch in Konversationslexika durchgesetzt (WASSERMANN (1989): 592 m. w. N.). Gleichwohl wies das Bundesverfassungsgericht wiederholt darauf hin, dass Kunst nicht generell definiert werden kann (BVerfGE 39, 197, 207; BVerfGE 67, 213, 225).

Joseph Beuys' "Alles ist Kunst",¹⁸ andererseits eine Definition von Kunst über deren Vermarktung auf: Ein Werk ist dann Kunst, wenn es Käufer gibt, die dafür Geld bezahlen.¹⁹

Da diese Arbeit sich mit den Mechanismen des Markts befasst und dabei der Ware jenes Marktes die Kunsteigenschaft ungeprüft zuerkennt, kann an dieser Stelle ein eigener Versuch einer Definition ausbleiben.

1.4 Definition des Untersuchungsgegenstandes

Kunst gliedert sich in die Bereiche Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Musik und Literatur.²⁰ Der Kunstmarkt, der hier behandelt werden soll, beschäftigt sich mit den Bereichen der Bildenden Kunst.²¹ Die angewandte Kunst wird in diesem Zusammenhang der Bildenden Kunst zugerechnet.²² Im Unterschied zu sämtlichen anderen Branchen gibt es kaum verlässliche empirische Daten über den Gesamtumsatz des Kunstmarktes, da nur die Umsätze der in Form einer Gesellschaft geführten Kunsthandels- oder Auktionsunternehmen bekannt sind.²³ Trotzdem kann man sagen, dass der Kunstmarkt seinem Umsatz nach der kleinste Teilmarkt der Kulturbranche ist.²⁴ Gleichwohl ist Kunst als Ware nicht unbedingt ein Luxusgut, sondern hat eine Schlüsselstellung in der Popularisierung der Künste: Rund 60% aller Kunstkäufe liegen in Deutschland unter Euro 4.000,--, immerhin noch 40% unter

¹⁸ STACHELHAUS (1993): 78ff.

¹⁹ HOLLEIN (1999): 68. PIEPER: 12/1998. Die Undefinierbarkeit von Kunst hat zur Folge, dass auf die Frage nach Kunst jede Antwort denkbar ist. Als Hilfe des Befragten empfiehlt sich MÄCKLER (1987).

²⁰ BROCKHAUS, Bd. 12 (1997): 635.

²¹ Unberücksichtigt bleibt nur die Architektur.

²² Die Unterscheidung zwischen Kunst und angewandter bzw. dekorativer Kunst setzte sich erst im Laufe des 19. Jahrhunderts durch (WILHELM (1991): 17ff.) und diente weniger der Bewertung des Kunstgewerbes als der Anerkennung des Künstlers als "Freischaffender" in Abgrenzung zum Handwerker (GOMBRICH (1993): 192). Wenn Kunst Botschaften an das Leben vermittelt, so führt Kunstgewerbe das Leben in die Kunst zurück - die Zusammenfassung von Malerei, Skulptur und angewandter Kunst unter den Begriff "Bildende Kunst" dient somit nicht nur der Vereinfachung, sondern hat durchaus ihre inhaltliche wie historische Berechtigung. Zudem kann seit der Jahrtausendwende beobachtet werden, dass die Anerkennung der angewandten Kunst in Richtung einer Akzeptanz als „gleichwertiges Gebiet“ zur bildenden Kunst steigt (BLACKBURN: 21./22.02.2004).

²³ HERCHENRÖDER (2000): 47; THIBAUT: 28./29.07.2000; VALENTIN: 29./30.09.2000; VALENTIN: 26./27.01.2001.

²⁴ OEHLER: 09.03.1999. Der Anteil des gesamten Kunstmarktes am Weltbruttosozialprodukt liegt bei rund 1,5 Promille (WILKE (2002): 1; für 2001). Karl Marx nannte ihn eine "Quantité Négligeable" (MARX/ENGELS (1973): 385).

Euro 2.000,--.²⁵ Der (von der Finanzverwaltung erfasste) Jahresumsatz liegt beim Großteil der in Deutschland auf dem Kunstmarkt tätigen Unternehmen bei unter Euro 100.000,--.²⁶

Zwischen dem Künstler als Produzenten der Ware und dem Käufer als ihrem Konsumenten steht auf dem Kunstmarkt die Kunstvermittlung. Die kommerziellen Vermittler der Ware Kunst, Handel und Auktion, haben ihre Entsprechung in den inhaltlichen Kunstvermittlern. Im Sinne der Tradierung kultureller Werte und der Schaffung gesellschaftlicher Identität ist dies das Museum. In dem Maß, in dem sich Kunst und Kultur über gesellschaftlichen Diskurs definieren, sind die Vermittler die Medien, die Kunstkritik und -wissenschaft.

Kunsthandel findet in (Laden-) Geschäften wie Galerien und Antiquitätengeschäften und auf Messen statt. Daneben gibt es den Handel über Kleinanzeigen und über Flohmärkte.²⁷ Bezüglich aller dieser Formen wird im Folgenden zur Vereinfachung von „Handel“ die Rede sein. Abgesehen davon tauschen Sammler gelegentlich mit befreundeten Sammlern einzelne Objekte aus. Hierbei handelt es sich um einen nicht quantifizierbaren Anteil am Gesamtmarkt (i.S. einer Summe von Transaktionen). Der Kunstsammler Rudolf Scharpff weist darauf hin, dass der Austausch mit anderen Sammlern extrem selten vollzogen wird; daher bleibt dieser Gesichtspunkt in der weiteren Betrachtung unberücksichtigt.²⁸

Der Kunstmarkt lässt sich in einen Primär- und einen Sekundärmarkt aufteilen.²⁹ Auf dem Primärmarkt verkaufen der Künstler und sein Galerist die Werke des Künstlers, auf dem Sekundärmarkt wird diese Ware durch eine Galerie, eine Kunsthandlung oder ein Auktionshaus weiterverkauft. Auf eine Darstellung der Rahmenbedingungen der Kunstproduktion wird verzichtet.

²⁵ HERCHENRÖDER (2000): 335; HERSTATT: 16.08.2001; ebenso das Ergebnis einer Dauerumfrage des Bundesverbandes Deutscher Galerien (BDVG; www.galerienindeutschland.net).

²⁶ VALENTIEN: 06./07.09.2002.

²⁷ Hierbei handelt es sich um Privatverkäufe an Privatkunden („private 2 private“), die deshalb hier unberücksichtigt bleiben. Werden sie vom Kunstmarkt organisiert, wird diese Absatzform als (Antik-) Messe bzw. als Internetauktion gewertet.

²⁸ SCHARPFF: 05.03.2003.

²⁹ KLEIN (1993): 5.

1.5 Die Frage nach dem richtigen Ort

Wenn von Kunstmarkt und seiner Vermittlerrolle die Rede ist, stellt sich die Frage, wie mit der verbreiteten Vorstellung umzugehen ist, jedes Kunstwerk habe einen bestimmten Ort, an den es gehöre und dem es der Markt im besten Falle zuführt, im schlechtesten Falle vorenthält.³⁰

Es ist allerdings zu berücksichtigen, dass man die modernen Kriterien der Rechtstaatlichkeit oder von Nationalität bzw. nationalem Eigentum und Erbe auf eine Vergangenheit anwendet, die auf anderen Grundlagen basierte und in der es weder Nationalstaaten noch ein organisiertes internationales Recht gab.³¹ Zudem muss man unterscheiden zwischen der kulturgeographischen Entwurzelung des Kunstwerkes, die die Gründung der bürgerlichen Museen ausgeglichen hat, und der sozialen Freisetzung, die nicht im Museum, sondern auf dem Markt stattfindet.³² Denn dass die räumliche Veränderung eines Kunstwerkes am neuen Ort eine neue Bezugsgröße und damit sogar eine neue Tradition zu begründen in der Lage ist, gilt als unstrittig.³³

Da der Markt für diese Frage blind ist, befasst sich die traditionelle Debatte mit der Frage: Wie viel Markt verträgt die Kunst? Heiner Müllers Überlegung, wonach der Kunstmarkt der Kunst die Ruhe stiehlt, die sie zur Entfaltung ihrer subversiven Kraft braucht,³⁴ wird schon von der Geburt der Moderne widerlegt. Der Ort der Emanzipation der Kunst von Religion und obrigkeitlicher Huldigung ist der Markt viel eher als das Museum und die Akademie.³⁵ Der Kunst den Kunstmarkt zu ersparen, hieße heute zudem nicht nur, ihr die materielle Grundlage zu entziehen, sondern sie, die dieser Herausforderung längst und oft genug lustvoll begegnet, handwerklich und intellektuell zu unterfordern. Dass sich dem gegenüber alte Kunst eher hilflos erweist, ist nicht zu bestreiten. Das rechtfertigt - als Korrektiv des

³⁰ KRYSTOF (2002): 232, 234; MELIKIAN: 24./25.04.1999; BLOM: 23.07.2001.

³¹ BLOM: 23.07.2001. Zur Geschichte der Idee des nationalen Kunstwerks vgl. JAYME (1999).

³² GRASSKAMP (1994): 10.

³³ ARENDT (1994): 159f.; MAURICE (1997): 105.

³⁴ MÜLLER (1991): 72.

³⁵ WATSON (1992): XXIII vergleicht die Situation mit Religionsausübung: Die Museen sind die modernen Kathedralen, in denen die reine Lehre gepredigt wird. Wie in der Religion gebe es Fundamentalisten, denen die Auktion wie eine schwarze Messe vorkommen müsse. Diese "Fundamentalisten" befürworten einen internationalen Kunstmarkt nur, wenn auf diesem Kunstwerke

“blinden” Marktes - regulierende staatliche Interventionen in Form von Kulturgutschutz ebenso wie in Form einer aktiven Sammlungspolitik,³⁶ ist aber nicht Gegenstand dieser Darstellung.

1.6 Die Geschichte des Kunstmarkts

1.6.1 Die Anfänge

Seit Kunst geschaffen wird, hat sie ihren Markt. Schon um 1500 v. Chr. brachten ägyptische Kunsthändler ihre Waren nach Kreta. Bei den Kultstätten des klassischen Griechenlands wurden Nachbildungen von Götterbildern an die Gläubigen verkauft.³⁷ Die Künstler selbst hatten allerdings in der Bürgerschaft nur einen geringen Rang; war der Künstler schöpferisch tätig, so war er nur das Werkzeug der Götter, welche sich durch ihn mitteilten. Zudem waren Kunstwerke kein privates Eigentum, sie schmückten die Tempel und Altäre. Säkulare private Sammlungstätigkeit ist nicht überliefert.³⁸

Erste bedeutende Sammler gab es im Kulturgebiet des Hellenismus und im antiken Rom. Sowohl die Könige von Pergamon als auch die ägyptischen Pharaonen führten erworbene, geschenkte oder geraubte Kunstwerke in einer Sammlung und in Kunstkammern zusammen.³⁹

Private Sammler gab es jedoch erst in der herrschenden Schicht von Rom. Kunstwerke waren Kriegsbeute und wurden schon aus diesem Grund zu Repräsentationszwecken ausgestellt, in der Folge auch verkauft.⁴⁰ Durch die hohe Wertschätzung vor allem der griechischen Kunst entstand jedoch bald eine Sammelkultur, die sich von der Darstellung militärischer Erfolge gelöst hatte.

erworben werden - um sie für die Nation zu retten und in Museen auszustellen (POMMEREHNE/FREY (1993): 148; REEMTSMA (1998): 19).

³⁶ REEMTSMA (1998): 18ff.

³⁷ WILHELM (1990): 10; KÜNZL/KLOEPPEL (2002): 10ff.

³⁸ REITZ (1998): 12.

³⁹ REITZ (1998): 12.

⁴⁰ THURN (1994): 14f.

Spätestens ab der Kaiserzeit gehörte eine eigene Kunstsammlung zu den Erfordernissen eines jeden gebildeten und reichen Römers.⁴¹

Zur Bedienung dieser Nachfrage etablierte sich bald ein begrenzter Kunstmarkt. So gab es eine Straße, die für die hohe Dichte an Galerien und Kunsthandlungen bekannt war, die Via Saepta Iulia. Berühmt wurde der römische Kunsthändler Damasippus - nicht wegen seiner Ware, die aus griechischen Antiken bestand, sondern aufgrund seines aufsehenerregenden Bankrotts.⁴² Auch die ersten Fälscher griechischer Originale werden aus dieser Zeit überliefert.⁴³ Ein römischer Auktionator ist ebenfalls bekannt: Lucius Cecilius Iucundus, dessen Auktionsrechnungen 1845 in Pompeji ausgegraben wurden. Ware derartiger Versteigerungen waren jedoch vor allem Lebensmittel, Sklaven und Bräute, eher seltener Kunstgegenstände und Hausrat.⁴⁴ Kunsthandel war häufig nur ein „Beigeschäft“ zu anderen kaufmännischen Tätigkeiten – spezialisierte Verkäufer von Kunst waren vor allem die Künstler selbst, welche eigene Werke anboten.⁴⁵

1.6.2 Der Markt der frühen Neuzeit

Nach dem Verfall des Römischen Reiches und dem Aufstieg der christlichen Kirche zur kulturbestimmenden Autorität in Europa wurde die künstlerische Produktion in einem Maße von der Kirche beeinflusst, dass man kaum von einem Kunstmarkt sprechen kann – die enge Beziehung zwischen Auftraggeber und Künstler benötigte eigentlich keine weiteren Vermittlungsinstanzen.⁴⁶ Erst im Zuge dogmatischer Auseinandersetzungen entstand ein weitergehendes Informationsbedürfnis, welches eine steigende Nachfrage nach bildnerischen Werken nach sich zog; dieser Bedarf wurde vor allem von Kaufleuten gedeckt, die nicht nur Kunstobjekte vermittelten, sondern sogar eigene Künstler beschäftigten. Zu dieser Zeit entsteht der Berufskünstler, der sich von kirchlichen Auftraggebern oder Zunftvorschriften

⁴¹ REITZ (1998): 14, 17.

⁴² WATSON (1992): XIII; THURN (1994): 19.

⁴³ REITZ (1998): 18.

⁴⁴ Aus dieser Zeit stammen auch die frühesten überlieferten Auktionsbedingungen (WILHELM (1990): 18).

⁴⁵ THURN (1994): 19f.

⁴⁶ THURN (1994): 24.

zunehmend löst und dessen fortschreitendes Selbstbewusstsein in den Schriften von Albrecht Dürer und Leonardo da Vinci gewürdigt wird.⁴⁷

Ausgesprochene Kunsthändler tauchen in der Geschichtsschreibung erst wieder in der Renaissance auf. Im Italien des ausgehenden 15. und des 16. Jahrhunderts wird die Sammelleidenschaft der Fürsten von einem Netz an Agenten und Kunsthändlern bedient. Der Bekannteste war der florentinische Edelmann Giovanni Battista della Palla, welcher mit zeitgenössischer wie antiker Kunst handelte. Sein Sachverstand war weithin gerühmt, so dass der Käufer sich gern auf die Kenntnisse des Vermittlers verlassen hat. Als Exporteur und Hoflieferant in Personalunion, verkörpert Palla den typischen Feudalhändler; er gilt als Urheber der Kunstsammlung des französischen Königs Franz I.⁴⁸

In Frankreich wurde das Auktionswesen durch ein Edikt Heinrichs II. im Jahr 1552 staatlich reglementiert, indem man mit den „Huissiers-Priseurs“ (Gerichtsvollzieher-Versteigerer) den einzigen Berufsstand schuf, dem die Übertragung von Eigentum im Wege der Auktion erlaubt war. Dieses Edikt galt bis in die Gegenwart: Es wurde erst im Jahre 2001 abgeschafft.⁴⁹

In den Niederlanden existierte seit dem 15. Jahrhundert ebenfalls ein florierender Kunstmarkt. Grund dafür war ein auf Handel beruhender Reichtum, der wegen der geringen Größe des Landes nicht in Immobilien angelegt werden konnte.⁵⁰ Der freie Kunstmarkt wurde durch den dort vorherrschenden Calvinismus begünstigt, da mit dem kultischen Bilderverbot der Calvinisten die Kirche als Auftraggeber entfiel und die Künstler sich um andere Absatzmöglichkeiten bemühen mussten. In der Folge entstanden nicht nur (Kunst-) Handelsbeziehungen in alle europäischen Länder, sondern auch eine Künstlerschaft, die nicht mehr ausschließlich nach Auftrag, sondern auch „auf Vorrat“ arbeitete.⁵¹ Die Werke wurden in den Ateliers und Kunsthandlungen, einem Kunstmarkt mit mehr als 100 Ständen in den Räumen der

⁴⁷ SACHS (1971): 23; THURN (1994): 25f, 28.

⁴⁸ REITZ (1998): 40; THURN (1994): 30.

⁴⁹ Vgl. 3.3.4 – *Harmonisiertes Auktionsrecht in Frankreich*.

⁵⁰ NORTH (1992): 25.

⁵¹ WEGENER (1999): 7ff.

Antwerpener Börse, aber auch auf Märkten und Auktionen sowie im Rahmen von Lotterien angeboten.⁵²

Diese Art des Kunstmarktes war in Europa eine Ausnahmeerscheinung und erlangte rasch über die Landes- oder Handelsgrenzen hinaus Berühmtheit, so dass der Besuch im Atelier eines niederländischen Künstlers zum festen Bestandteil von Kavaliersreisen dieser Epoche, der „Grand Tour“, wurde.⁵³

Das Marktgeschehen hatte eine künstlerische und wirtschaftliche Blüte zur Folge, blieb aber ein regional und auch zeitlich klar zu begrenzendes Phänomen. Erstmals wurde der Kunstmarkt von einer expandierenden Nachfrage bestimmt, welche von einem Massenpublikum ausging – es sollen in diesem „Goldenen Zeitalter“ zehn Millionen Bilder geschaffen worden sein.⁵⁴ Neu auch die Antworten der Künstler auf diese Nachfrage: Nicht traditionelle und biblische Themen, sondern beliebte Genredarstellungen oder Landschaften bildeten den Schwerpunkt der Produktion. Erst gegen Ende des 17. Jahrhunderts bereitete eine hohe Marktsättigung und in der Folge eine rapide sinkende Nachfrage dieser Entwicklung ein Ende.⁵⁵

Eine weitere Pflichtstation auf der Grand Tour war seit dieser Zeit Venedig, wo es neben unvergleichlichen Kunstschatzen bis zum Ende des 17. Jahrhunderts auch die größte Anzahl von Künstlern und Kunsthändlern in Europa gab - speziell hier erwuchs den einheimischen Kunsthändlern allerdings auch zunehmend Konkurrenz in den auswärtigen Diplomaten, welche ihre in Venedig getätigten Einkäufe in der Heimat veräußerten.⁵⁶

Ab 1640 bildeten sich international die ersten spezialisierten Kunsthändler heraus, die nur noch Gemälde eines bestimmten Sujets anboten; auf einen einzigen Künstler spezialisierte Galerien gab es hingegen noch nicht. Gleichwohl wurden viele Gemälde auch aufgrund des Namens des Malers gekauft, es gab entsprechende

⁵² ALPERS (2003): 204; HERCHENRÖDER (2003): 11.

⁵³ WEGENER (1999): 44.

⁵⁴ LEISTEN: 01.03.2004.

⁵⁵ NORTH (1992): 101; WILHELM (1990): 22. Die Entwicklung lässt immerhin zwei deutliche Boomphasen erkennen: Um 1460 sowie um 1500.

⁵⁶ THURN (1994): 37f.

Fälschungen und die ersten Sachverständigen, die deswegen vor Namenskäufen warnten.⁵⁷

Um die Mitte des 17. Jahrhunderts findet in Antwerpen die Rezeption von Kunstsammlungen ihren Niederschlag in der Ausbildung eines neuen Kunsttypus, des Galeriebildes. Es zeigt das Innere einer reich ausgestatteten Gemäldegalerie, welche aber häufig gar nicht wirklich existent war, sondern die Bandbreite der Malerei aufzeigen sollte, um sie gegenüber den anderen Künsten aufzuwerten.⁵⁸ Bedeutende Herrscher der Zeit nutzten diesen Typus bald zur fürstlichen Repräsentation: Der in seiner eigenen Galerie dargestellte Machthaber erregt die Bewunderung des Bildbetrachters; nicht nur, weil er Geld und Geschmack hat, sich mit Kunst zu umgeben, sondern weil er auch über die Bildung und Neugier verfügt, sich mit seiner Sammlung auseinander zusetzen.⁵⁹

1.6.3 England holt auf

In England wurden 1680 die puritanischen Gesetze Oliver Cromwells aufgehoben, die jeden Kunstimport aus dem Ausland untersagt hatten. In der Folge unternahmen die britischen Adligen wieder verstärkt Bildungsreisen auf den Kontinent. Eindrücke von diesen Reisen waren nicht zuletzt die Grundlage für eine eigene Sammlertätigkeit. Schon bald war es für das gesellschaftliche Prestige unabdingbar, eine Kunstsammlung sein eigen zu nennen.⁶⁰ Durch die beginnende Vormachtstellung des Staates im europäischen Handel flossen große Finanzmittel in das Land; während der italienische Adel verarmte und verkaufen musste, etablierte sich der englische Adel auf der Käuferseite.⁶¹ So entstand um 1700 in London ein hochspezialisierter und leistungsfähiger Kunstmarkt.⁶²

Nicht zuletzt weil neben dem Bedarf der Höfe in London, wenig später auch in Paris vor allem die extrem gestiegene Nachfrage des vermögenden Bürgertums befriedigt

⁵⁷ BERNDT: 12./13.01.2001.

⁵⁸ ULRICH (2000): 13.

⁵⁹ ULRICH (2000): 14. In einer Erzählung Georges Perec' spielt diese Eigenschaft eines Sammlers und das daraus resultierende Gemälde eine Hauptrolle (PEREC (1989)).

⁶⁰ REITZ (1998): 76.

⁶¹ REITZ (1998): 76.

⁶² DONATH (1923): 54.

wurde, liefen diese beiden Hauptstädte allen anderen europäischen Kulturzentren den Rang ab.⁶³ Führt die Bildungsreisen Kunstliebhaber zu den Stätten der klassischen Antike, so reiste der Kunstkäufer seit Beginn des 18. Jahrhunderts nach London und vor allem Paris. Der Kunsthandel stellte sich mit einer neuen Offenheit darauf ein: Geschäftslokale luden zum Kunstgenuss und damit zum Verweilen ein und wurden verstärkt zum Ort des geistigen Austausches, der gemeinsamen und schichtenübergreifenden Intellektualisierung.⁶⁴

Dies hat auch Auswirkungen auf das Auktionsgeschäft. 1674 wurde mit Auktionsverket in Stockholm das erste, 1744 mit Sotheby's das zweite der heute noch bestehenden großen Auktionshäuser gegründet; Sotheby's versteigerte jedoch ausschließlich Bücher.⁶⁵ 1766 gründete James Christie sein Unternehmen, welches sich auf Gemälde und Möbel spezialisierte – das älteste Kunstauktionshaus der Welt.⁶⁶ Christie war nicht nur ein charismatischer Auktionator, sondern zudem mit

⁶³ SACHS (1971): 82f.; THURN (1994): 59.

⁶⁴ THURN (1994): 59; FREDERICKSEN/ARMSTRONG (2002): 7.

⁶⁵ Dieses Datum wurde letztlich vom Unternehmen selbst später ausgewählt. Samuel Baker, der Gründer, war bereits seit 1733 oder 1734 als Buchhändler, Verleger und nebenbei auch als Auktionator tätig. Für das Jahr 1744 lässt sich sein erster Verkaufskatalog nachweisen. Baker nahm 1767 George Leigh als Partner in sein Unternehmen auf. Dieser vererbte seinen Firmenanteil 1778 seinem Neffen John Sotheby. Er und seine Nachkommen führten das Haus bis zum Aussterben der Linie 1861. Da in dieser Zeitspanne die anderen Teilhaber häufig wechselten, hatte nur der Name Sotheby eine gewisse Konstanz im Firmentitel, so dass nicht nur die Aneinanderreihung der Teilhabernamen bald zu Sotheby's abgekürzt wurde, sondern das Unternehmen diesen Namen auch nach dem Aussterben der Familie beibehielt. Seit Sotheby's 1964 den New Yorker Konkurrenten Parke Bernet aufkaufte, heißt das Unternehmen offiziell Sotheby Parke Bernet – eine handelsrechtliche Bezeichnung, die allerdings im zeitgenössischen öffentlichen Auftritt des Unternehmens keine Erwähnung mehr findet. Das Auktionshaus dehnte erst im 20. Jahrhundert seine Geschäftsbereiche in den Bereich der bildenden und angewandten Kunst aus - die erste Gemäldeauktion fand 1913 statt. Aus diesem Grund wird Sotheby's speziell in den USA bis heute eher als die Firma des "jungen", Christie's eher als die des "alten" Geldes angesehen (LACEY (1998): 38ff.; LENGEFELD: 13.03.1999).

⁶⁶ KLAster (1982): 50. Die erste Versteigerung umfasste Mobiliar, Tafelschmuck, Juwelen, Feuerwaffen, alten Wein, Silber, Seide, Damast, Porzellan, Schildpatt und historische Drucke (WILHELM (1990): 30f.).

wichtigen Personen des öffentlichen Lebens befreundet.⁶⁷ Seine Geschäftsräume in der mondänen Pall Mall wurden rasch zum Treffpunkt der oberen Zehntausend.⁶⁸

James Christie hat als erster Auktionsunternehmer die Wandlung der Versteigerung von Veranstaltungen zum Tausch Geld gegen Waren in gesellschaftliche Ereignisse erreicht – Ereignisse, deren Unterhaltungswert geschätzt wird, die aber auch den Kunstgenuss und die intellektuelle Diskussion ermöglichen.⁶⁹

Versteigerungen fanden nur von September bis Mai statt, also während der Stadtsaison. Fuhr die Gesellschaft über den Sommer aufs Land, ruhte auch der Auktionsbetrieb: „Kirschen rot, Handel tot“ hieß es nicht nur im Geschäft mit der Kunst.⁷⁰ Diese Zeiteinteilung hat sich im Übrigen auf dem Auktionsmarkt bis heute erhalten.

Etwa zu dieser Zeit veränderte sich auch die Arbeitsweise des Handels gravierend. Bis zur Mitte des 18. Jahrhunderts wurden Gemälde prinzipiell berühmten Malern zugeschrieben, um die Verkaufschancen zu erhöhen - nahezu sämtliche angebotenen Altmeistergemälde sollten von Rembrandt, Veronese oder Tizian stammen. Erst um 1740 begann in London ein Kunsthändler namens Arthur Pond, auf der Rückseite der Leinwand eines jeden von ihm gehandelten Gemäldes zu notieren, ob es seiner

⁶⁷ z. B. mit dem gefeierten Maler Thomas Gainsborough, welcher sich bereit erklärte, Christie kostenlos zu portraituren, wenn jener nur das Gemälde als Werbung für beide Beteiligten gut sichtbar in seinem Auktionssaal aufhängen würde. Das Portrait wurde später von Paul Ghetty erworben und hängt heute im Ghetty-Museum bei Los Angeles. Ein weiterer enger Freund Christies war der berühmte Ebenist Thomas Chippendale, der auch das Auktionspult entworfen hatte. Die internationale Berühmtheit von James Christie wurzelte allerdings in der Tatsache, dass George Walpole, Enkel des britischen Premierministers, eine Kunstsammlung „am Markt vorbei“ an Zarin Katharina die Große verkaufte. Der Preis beruhte auf einer Schätzung Christies (WILHELM (1990): 32; MOORE: 31.10.2003).

⁶⁸ POWELL (1999): 8. Aus dieser Zeit stammt das Bonmot „Christie’s is a firm of gentlemen trying to be auctioneers and Sotheby’s a group of auctioneers trying to be gentlemen.“ (GWYTHYER: 6/1999; CHAFFIN: 08.02.2000; COSTELLO/BENSINGER: 17.03.2000).

⁶⁹ THURN (1994): 71. Die Dominanz dieser beiden Unternehmen soll nicht darüber hinwegtäuschen, dass zu allen Zeiten zahlreiche Konkurrenten ebenfalls dem Kunden ihre Dienste anboten. Im 18. Jahrhundert waren allein in London ca. 60 weitere Auktionatoren tätig (WILHELM (1990): 31). Einige waren und sind Firmengründungen ehemaliger Mitarbeiter, wie das Haus Phillips (seit 1796) oder das Haus Brooks (seit 1899), die beide von früheren Christie’s-Mitarbeitern eröffnet wurden. Brooks wurde allerdings 2003 mit Bonham’s verschmolzen, was im selben Jahr wiederum mit dem britischen Teil von Phillips fusionierte, vgl. 2.1.6.3 – Das Schlachtfeld Kunstmarkt.

⁷⁰ VOGES: 01.06.2002.

Meinung nach wirklich vom angegebenen Maler stammte.⁷¹ Diese Praxis verlieh ihm eine Glaubwürdigkeit, die sich als großer Vorteil erweisen und zahllose Nachahmer finden sollte.⁷² Diese Entwicklung entspricht dem lexikographischen und enzyklopädischen Geist der Epoche wie auch deren Literarisierung; die Folge sind Verkaufskataloge, welche ihre Verfasser als Experten ausweisen, die sich für die Qualität und die Echtheit ihrer Ware verbürgen können.⁷³

Gleichzeitig begann in Frankreich ein Kunsthändler, über die Entdeckung vergessener Künstler früherer Epochen nachzudenken: Jean Baptiste Pierre Lebrun. Er war sich der Tatsache bewusst, dass viele Künstler zwar unbekannt, aber qualitativ den bekannten Malern durchaus gleichwertig sein konnten. Diese Idee veränderte die Rolle des Kunsthändlers nachhaltig: Bisher nur Kaufmann, bestenfalls Sachverständiger, wurde er zum kunsthistorischen Forscher und Spekulant, da er ein gutes Gemälde erkennen und möglicherweise günstig einkaufen konnte, um es dann mit einer Expertise ausgestattet teuer verkaufen zu können.⁷⁴

Die Französische Revolution und die napoleonischen Kriege stärkten den Kunsthandelsplatz London erheblich, verkauften doch hier die emigrierten Adligen

⁷¹ Andererseits darf nicht vergessen werden, dass auch Meisterwerke dieser Künstler verloren gingen, weil die Autorenschaft in Vergessenheit geriet und das Bild weniger prominenten Malern zugeschrieben wurde. Zu diesem Ergebnis kommt Gerd-Rudolf Flick, der 24 zwischen 1450 und 1900 verlorenen Meisterwerken nachspürte und dies als einen Grund des Verschwindens feststellen musste (FLICK (2003): 7ff.). Sehr selten wird dieser Irrtum aufgeklärt, wenn das Bild verkauft werden soll und Händler oder Auktionshaus Recherchen anstellen, so z.B. bei dem Gemälde "Der Kindermord von Bethlehem", welches sich als Werk des Rubens-Schülers Jan van den Hoecke viele Jahrzehnte in einer Österreichischen Privatsammlung befand. Erst in Zuge des Verkaufes wurde 2002 von Sotheby's-Experten die Autorenschaft des Meisters wieder "entdeckt" und anhand der künstlerischen Qualität wie der Provenienz nachgewiesen. Das Bild erzielte in London einen Preis von £ 49,5 Millionen und ist damit das teuerste Altmeistergemälde aller Zeiten (THIBAUT: 12./13.07.2002; GREGORY: 20.07.2002; RIETVELD/PACHNER: 21.07.2002; TROST: 25.07.2002; GREGORY: 31.08.2002; GROPP: 28.12.2002; IRVING: 11.01.2004).

⁷² Herausragendes Beispiel ist Bernard Berenson, der 1895 - als längst jeder Händler seine Werke mit Zuschreibungen versah - anlässlich einer Verkaufsausstellung von Altmeistergemälden in London einen "Gegenkatalog" erstellte, der die meisten Zuschreibungen des Ausstellungskataloges widerlegte. 150 Jahre nach Pond entlarvte er eine eigentlich vertrauensschaffende Verkaufspraxis als ignorant und anmaßend, wenn sie ohne die nötige Sorgfalt und Sachkenntnis durchgeführt wird. Berenson brachte dieser Auftritt den beruflichen Durchbruch. Von dessen Sachverstand tief beeindruckt, engagierte ihn der von vielen als größter Kunsthändler des 20. Jahrhunderts bezeichnete Joseph Duveen als Exklusivvertreter für Italien und beteiligte ihn in der Folge an jedem Verkauf eines italienischen Kunstwerkes durch Duveens Galerie (BEHRMANN (1953):166; THURN (1994): 112; CLAUSEN: 19./20.02.2002; zu Duveen vgl. 1.6.4 – *Der moderne Kunstmarkt*).

⁷³ THURN (1994): 73f.

⁷⁴ Lebrun machte sich u. a. um die Wiederentdeckung von Hans Holbein verdient.

ihren einzigen beweglichen Besitz, ihre Kunstwerke.⁷⁵ Auch Schmuckstücke und lose Edelsteine wurden verstärkt angeboten, weshalb Christie's als erstes Auktionshaus seinen Tätigkeitsbereich auch auf diese Gebiete ausdehnte.⁷⁶ Gleichzeitig entstanden zahlreiche Kunsthandlungen, die ebenfalls vor der Revolution gerettete Kunstwerke an britische Sammler vermittelten.⁷⁷

Im ganzen 17. und auch im 18. Jahrhundert unterschieden sich die Händler nicht durch ihre Ware, da man parallel zeitgenössische wie auch alte Stücke anbot. Differenzieren ließ sich nur anhand des Absatzes: Händler mit eigenem Ladengeschäft und (Groß-) Händler, die nur an andere Händler oder über Auktionen verkauften. Aus dieser Zeit stammt auch die erste Nachricht einer Händlerspekulation zur Erschaffung einer künstlichen Marktbewegung: 1758 kaufte ein Händlerkonsortium auf einer Pariser Auktion alle den Konsortiumsmitgliedern gehörenden Werke inkognito auf, um die Marktpreise zu stützen und eine Nachfrage zu suggerieren. "The art dealer, the full-time merchant, had arrived," so der Autor Peter Watson.⁷⁸

Erst im Laufe des 19. Jahrhunderts vollzog sich die Aufspaltung der Kunsthändler in zwei Typen: Der "Antiquarius" vertrieb die etablierte Ware, der "Modernus" die Werke der Zeitgenossen.⁷⁹ Mit der ökonomischen Erstarkung des Bürgertums stieg der Absatz. Wichtig für die Entwicklung des europäischen Kunstmarkts war zudem die Gründung der ersten öffentlichen Museen und Kunstvereine in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts.⁸⁰ Erstmals beteiligte sich der Bürger an der öffentlichen

⁷⁵ BARLAY: 10.-16.01.2004. Auch in Deutschland fanden zu dieser Zeit zahllose Versteigerungen statt, in denen nach dem Reichsdeputationshauptschluss 1803 das säkularisierte Eigentum der Klöster von den deutschen Staaten verkauft wurde. Bedeutende Kunstsammlungen fanden jedoch schon damals ihren Weg nach London (WILHELM (1990): 42).

⁷⁶ Wichtige kontinentale Sammlungen wurden zwischen 1790 und 1820 in London verkauft: Die Sammlungen Calonne, Conti, Lafitte, Orléans und als Höhepunkt die Juwelen der Gräfin du Barry bei Christie's, die Sammlung Talleyrand bei Phillips (POWELL (1999): 9f.).

⁷⁷ Beispielsweise die Altmeisterhändler Colnaghi und Sulley oder 1817 die renommierte und heute noch existierende Galerie Agnew (THURN (1994): 67).

⁷⁸ WATSON (1992): 53.

⁷⁹ Erst nach 1900 wurde die Bezeichnung "Galerie" für eine Kunsthandlung verwandt. Der Begriff "Galerie" bezeichnet ursprünglich einen (überwölbten) Wandelgang, eine für Museums- oder Sammlungsbauten gebräuchliche Bauform (HARTENSTEIN (1997): 9).

⁸⁰ SACHS (1971): 140ff. Das 1793 gegründete Museum im Louvre war die erste Institution, welche die bis heute gültigen vier Aufgaben Sammlung, Bewahrung, Forschung und Vermittlung definierte; da der Louvre nur Altkunst sammelte, wurde bereits 1818 das erste Institut für Gegenwartskunst (im Palais du Luxembourg) gegründet (SCHNEEDE (2000): 9, 15; vgl. POMIAN (1988): 67ff.).

Sammlung und Schaustellung von Kunst. Nicht zuletzt durch Geschichts- und Altertumsvereine wuchsen auch im bürgerlichen Milieu das private Kunstinteresse und die Sammelfreudigkeit.⁸¹ Mit der ersten Weltausstellung im Londoner Kristallpalast 1851, welche wunderkammerartig ästhetische Fragen wie die Ausstaffierung großbürgerlicher Interieurs mit Werken der „beaux arts“ wie der „arts utiles“ zu beantworten suchte, war das Konzept einer Warenmesse geboren, welches sich bis in die Kunst- und Antiquitätenmessen des 21. Jahrhunderts fortgesetzt hat.⁸²

1.6.4 Der moderne Kunstmarkt

Der Kunstmarkt in seiner heutigen Ausprägung hat seine Wurzeln hauptsächlich in drei nahezu gleichzeitigen Entwicklungen: Dem ökonomischen Aufstieg der USA seit dem Unabhängigkeitskrieg, dem Einfluss der Impressionisten in Frankreich und der Neuregelung der britischen Erbgesetzgebung in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts.

1882 war in Großbritannien ein das geltende Erbrecht reformierendes Gesetz erlassen worden, der „Settled Lands Act“. Als Folge der Industrialisierung und der Überschwemmung des europäischen Marktes mit billigem amerikanischem Weizen verarmte die Schicht der britischen Großgrundbesitzer. Nachdem sich die Bankrotte häuften, wurde die Erbrechtsregelung geändert, um den Grundeigentümern eine Rettung ihrer Güter durch den Verkauf ihrer Kunstschatze zu ermöglichen.⁸³ Die britischen Adligen waren seit dem 17. Jahrhundert die bedeutendsten Sammler der Welt. Diese Reichtümer begannen nun in die Londoner Auktionssäle zu strömen und untermauerten deren bis heute andauernde Vormachtstellung. Gleichzeitig war der ökonomische Aufstieg der USA bereits so weit fortgeschritten, dass reiche Amerikaner als Sammler und Käufer dieser Ware in Europa auftreten konnten.

⁸¹ WILHELM (1990): 42; GRASSKAMP (1994):18.

⁸² LIEBS (2000): 22.

⁸³ Vor 1882 hatte nicht das Familienoberhaupt Eigentum an Grund und Mobilien, sondern jedes Familienmitglied war nur Treuhänder des Vermögens. Auf diese Weise sollte das Auseinanderfallen der großen Besitzungen verhindert werden. Der „Settled Lands Act“ ermöglichte nun die Herauslösung einzelner Vermögensgegenstände durch das Kanzleigericht, um Immobilien zu retten.

In der ersten Auktion nach neuem Recht versteigerte Christie's 1883 das Inventar des Hamilton Palace. Bis heute wird dies als qualitativste Auktion aller Zeiten gewertet.⁸⁴ Interessanterweise versteigerte damals Christie's nur Möbel und Gemälde, Bücher jedoch kamen bei Sotheby's zum Aufruf.

Das Jahr 1882 markiert neben dem Erlass jenes Gesetzes zudem den Beginn der öffentlichen Anerkennung der französischen Impressionisten, die zuvor nur als Verrückte, die im Zustand des Delirium tremens malen und der Schönheit den Krieg erklärt haben, angesehen wurden.⁸⁵ Manet wurde in diesem Jahr zum Ritter der Ehrenlegion ernannt; Cézanne erstmals zum Pariser Salon der Academie Francaise zugelassen, der seit 1830 das weltweit wichtigste Präsentationsfenster wie Umschlagplatz zeitgenössischer Kunstproduktion war.⁸⁶ Die 1874 als Gegenveranstaltung zum offiziellen Salon ins Leben gerufene Gruppenausstellung zeigte 1882 ausschließlich Werke der Impressionisten.

Mit den Impressionisten beginnt auf dem Kunstmarkt die Moderne. Nicht, weil die Werke heute besonders hohe Preise erzielen, sondern, weil die Bewegung zunächst geringen Erfolg hatte. Da die herkömmlichen Vertriebswege aufgrund der herrschenden Ablehnung ausfielen, mussten sich die Impressionisten um Absatzalternativen bemühen.⁸⁷ „Die meisten Leute, die genug Verstand haben, um impressionistische Bilder zu verstehen und zu lieben, sind und bleiben zu arm, um welche zu kaufen“, so die Markteinschätzung von Vincent van Gogh.⁸⁸ Auf der anderen Seite hatte besagte Ablehnung zur Folge, dass sich der Künstler vom Geschmack potentieller Auftraggeber unabhängig machte und sich als autonomer Meister zu verstehen begann. Hier liegt die Wurzel der Vorstellung von einer

⁸⁴ Dieses Stadthaus gehörte den Herzögen von Hamilton, den ersten Herzögen von Schottland. Der Verkäufer, Alexander Herzog von Hamilton, war zudem mit Susan Beckford verheiratet, Tochter und Erbin des berühmten Sammlers William Beckford. Das Zusammenführen zweier hochkarätiger Sammlungen schuf ein Inventar von höchster Qualität und Extravaganz (WATSON (1992): 39).

⁸⁵ WATSON (1992): 42; SCHIEBLER: 10.06.2000.

⁸⁶ MÜLLERSCHÖN/MAIER: 04/2004.

⁸⁷ Hierbei ist in erster Linie an den Absatz über einen Händler (statt an einen Auftraggeber), aber auch an die Erschließung des amerikanischen Marktes unter der Führung von Durand-Ruel und Georges Petit zu denken. Erstmals der harten Prüfung einer Auktion ausgesetzt wurde die Kunst des Impressionismus übrigens im Jahr 1921, als Kahnweilers Privatsammlung zur Zahlung von Reparationen verkauft wurde.

⁸⁸ NEMECZEK:8/2001.

künstlerischen Avantgarde wie auch vom künstlerischen Genie.⁸⁹ Dieser Ansatz hob auch das Ansehen des Kunsthändlers, hatte er doch Zugang zum Genius den er auch anderen durch Vermittlung und Erklärung eröffnen konnte – dies ist wiederum die Wurzel des zeitgenössischen Galeristenselbstverständnisses.

Schließlich entsteht Anfang des 20. Jahrhunderts der Kubismus, mit dem das Gegenständliche aus der Kunst verschwindet und sowohl der Gedanke vom künstlerischen Genie als auch die Idee vom Händler als Vermittler gestärkt wird: Die Inhalte der Kunst werden einerseits komplexer, andererseits schwieriger zu erkennen und zu vermitteln.⁹⁰

Einer der erfolgreichsten Zeitgenossen-Händler war Paul Durand-Ruel. Er verkaufte als erster die Werke der französischen Impressionisten. Über seine New Yorker Galerie brachte er den Impressionismus auch auf den amerikanischen Markt⁹¹ und gab kurzzeitig die erste transkontinentale Kunstzeitung heraus.⁹² Einer der ersten erfolgreichen Händler der Zeitgenossen in Deutschland war Paul Cassirer, gleichzeitig Geschäftsführer, später Präsident der Berliner Sezession. Er zeigte in seinem Berliner Kunstsalon die französischen Impressionisten, aber auch Max Liebermann und - exklusiv - Ernst Barlach.⁹³ Anders als im europäischen, „zentralistischen“ Ausland verteilte sich die Vermittlung der zeitgenössischen Kunst in Deutschland auf die verschiedenen Hauptstädte der deutschen Länder: In erster Linie auf München, Düsseldorf, Hamburg und Berlin. Hierin liegt die Ursache für die polyzentrische Struktur des deutschen Kunstmarkts bis in die heutige Zeit.⁹⁴

Zentrum der zeitgenössischen Kunst um 1900 war jedoch Paris. Neben dem Stammhaus von Durand-Ruel gab es zunächst nur zwei Galerien, die ebenfalls zeitgenössische Werke ausstellten: Ambroise Vollard und Berthe Weill.⁹⁵ Doch 1907 eröffnete der in Stuttgart aufgewachsene Daniel-Henry Kahnweiler seine Galerie.

⁸⁹ Vgl. HEGEWISCH (1995); STILLER: 26.08.2000.

⁹⁰ NEMECZEK: 03/2004.

⁹¹ HERSTATT: 29.01.2004. Bereits 1849 wurde jedoch schon eine Ausstellung Düsseldorfer Kunst in New York gezeigt und ein Amerikanisch-Deutscher Kunstverein gegründet (GRASSKAMP (1994): 38).

⁹² „L’Art dans les Deux Mondes“, um 1870.

⁹³ THURN (1994): 126.

⁹⁴ GROPP: 29.10.2003.

Durch seine Freundschaft zu Pablo Picasso und Juan Gris wurde diese rasch zu einem Zentrum einer Künstlergruppe. Kahnweiler schuf ein Netzwerk von Galerien durch eine Verbindung mit Händlern in London, Düsseldorf oder New York.⁹⁶ Seine Arbeit mit den Künstlern zielte darauf ab, diesen durch Sicherstellung einer Grundversorgung ein unabhängiges Arbeiten zu ermöglichen.⁹⁷ Weitere Händler folgten seinem Vorbild, so z. B. Nathan Wildenstein oder Felix Fénéon.⁹⁸

Als erfolgreichster Händler von Altkunst gilt hingegen Joseph Duveen, der als jüdischer Einwanderer 1886 mit 17 Jahren nach New York gekommen war. Nach kurzer Lehrzeit bei seinem Onkel, dem Kunsthändler Henry Duveen, eröffnete er eine Galerie in unmittelbarer Nähe des Waldorf-Astoria-Hotels, schon zu dieser Zeit der Treffpunkt der vermögenden Elite der Stadt. Nachdem es ihm gelungen war, den „Zeitungskönig“ Randolph Hearst davon zu überzeugen, dass die bislang von diesem gesammelten Antiquitäten, Teppiche und Jagdtrophäen keineswegs die Krönung europäischer Kunst waren und ihn zum Kunden seiner Galerie gemacht hatte, wandten sich immer mehr Großindustrielle mit der Bitte um kulturelle Nachschulung an Duveen.⁹⁹

Seine Handelsstrategie war der Einkauf von kompletten Sammlungen. So konnte ein Interessent den Einkaufspreis des Händlers und damit dessen Vermittlungsaufschlag nicht kalkulieren. Kaufte er öffentlich auf Auktionen, scheute er sich nicht, Rekordpreise zu zahlen, da ihn diese bekannt machten und den Wert der Stücke, welche sich schon in seinem Angebot befanden, ebenfalls anhoben. Man schätzt, dass drei Viertel aller Altmeistergemälde in US-amerikanischen Museen durch die Hände Duveens gegangen sind.¹⁰⁰

⁹⁵ VOLLARD (1980): 63; GRIMM-WEISSERT: 22.08.2000; KROPMANNS: 14/2001.

⁹⁶ ASSOULINE (1991): 54ff.

⁹⁷ KAHNWEILER (1961): 19ff.

⁹⁸ WILDENSTEIN/STAVRIDES (1999): 127f.

⁹⁹ Duveen war ein strenger Lehrmeister. So kam es vor, dass er Kunden den Kauf eines Meisterwerkes mit der Begründung verwehrt, der Interessent könne in Ermangelung einer adäquaten Sammlung dem Bild kein passendes Umfeld bieten. Für viele dieser Interessenten war eine derartige Situation das erste Mal, dass ihnen persönliche Grenzen aufgezeigt wurden; sie durften dann aber nach dem Ankauf des Umfeldes auch das Stück des ursprünglichen Begehrs erwerben (DUVEEN (1957): 182ff.; PRESLER: 01/2003).

¹⁰⁰ DUVEEN (1957): 165ff.; PRESLER: 01/2003.

Viele Industrielle konnte Duveen für die Idee einer Amerikanischen Nationalstiftung faszinieren und dadurch zu weiterer Sammeltätigkeit verleiten – die Eisenbahn-, Kohle-, Stahl-, Zeitungs-, Automobil-, Öl- und Bankmilliardäre sahen im Kauf von Meisterwerken der Europäischen Kunst die Möglichkeit, ihre Namen unsterblich zu machen. Aus der Idee einer Nationalstiftung ging 1936 National Gallery of Art in Washington hervor.¹⁰¹

1.6.5 Rückschläge und Neuformierung

Nach dem 25. Oktober 1929, dem “Schwarzen Freitag”, gab es den ersten großen Einbruch auf dem Kunstmarkt. “Between 1930 and 1934 the art market was to all intents and purposes dead in the water,” so Autor Peter Watson.¹⁰² Sotheby’s und Christie’s planten einen Zusammenschluss. Beide Unternehmen begannen nun, andere Länder als Großbritannien oder die USA als Beschaffungs- wie auch als Absatzmärkte zu entdecken.¹⁰³

Zur Aufbesserung der geringen Umsätze begann Sotheby’s, Privatkunden die Schätzungen als Dienstleistung anzubieten und Haus-Versteigerungen durchzuführen. Schon 1933 wurden die Auflösungen von sieben prächtigen Villen vermerkt. Nicht zuletzt durch diese Geschäftserweiterung konnte Sotheby’s erstmals mit dem Konkurrenten gleichziehen, was Umsatz und Gewinn anbetrifft. Die von 1766 bis 1933 andauernde Vorherrschaft von Christie’s war endgültig zu einer direkten Konkurrenz geworden. 1936 startete Alec Martin, Präsident von Christie’s, eine Kampagne, mit der er die Verkäufer von Kunstwerken davon überzeugen wollte, dass es für sie sinnvoller sei, ihre Ware direkt in das Auktionshaus zu bringen, statt es einem Händler zu geben. Der Handel war empört; einige bedeutende Händler boykottierten das Haus.¹⁰⁴

¹⁰¹ Basis war die Schenkung der Sammlung des Pittsburgher Bankiers Andrew William Mellon (1855 – 1937), des wohl wichtigsten Kunden Duveens (PRESLER: 01/2003).

¹⁰² WATSON (1992): 237.

¹⁰³ HERCHENRÖDER: 10/2000.

¹⁰⁴ Zu den Verweigerern gehörte beispielsweise die Galerie Agnew. Das Ausmaß der Empörung lässt den Rückschluss zu, dass der größte Teil der Einlieferungen zuvor durch die Hände eines Händlers gingen. Da die Quote von Händlereinlieferungen heute bei rund der Hälfte liegt, kann Martins Kampagne nur als Erfolg gewertet werden. Ein anderes Ziel konnte weder er noch einer seiner Nachfolger bis heute erreichen: Martin versuchte die Direktoren der britischen Museen davon zu

Für den Großteil des Kunstmarkts dauerte die Rezession bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs an.¹⁰⁵ Der Krieg hatte zwei wichtige Auswirkungen: Der Marktplatz London wurde erneut gestärkt, da das konkurrierende Paris von der deutschen Armee besetzt war. Der Marktplatz New York wurde gestärkt, da bedeutende Künstler dorthin emigrierten.¹⁰⁶ Sie scharten sich um eine Sammlerin und Galeristin, die die Avantgarde Europas mit derjenigen Amerikas zusammenbrachte und sich selbst als „art addict“¹⁰⁷ bezeichnete: Peggy Guggenheim.¹⁰⁸ In der Folge lief New York in den ersten Nachkriegsjahren Paris den Rang als Heimat der Avantgarde ab; zahlreiche Galerien entstanden, als berühmteste diejenige, welche Leo Castelli 1957 eröffnete. Castelli betreute in der Folge den Großteil der bedeutenden zeitgenössischen Künstler, von Rauschenberg und Johns über Stella und Twombly bis zu Lichtenstein.¹⁰⁹ Ein Grund des großen Erfolgs, den Castelli bei Künstlern hatte, war seine Einführung des „Europäischen Systems“, nach dem er jedem seiner Künstler ein monatliches Salär zahlte.¹¹⁰ Castellis Idealismus, seine Souveränität und die Kontinuität seiner Arbeit führten zusammen mit deren Erfolg dazu, dass er und sein System bald zum Vorbild für viele Nachwuchsgaleristen wurden.¹¹¹

Im Jahr 1957 wurde nicht nur die Galerie Castelli eröffnet, ein weiteres Ereignis veränderte den Kunstmarkt. Es handelt sich um die Versteigerung der Sammlung Weinberg in London durch Sotheby's.¹¹² Es war „that year, in which the

überzeugen, direkt in der Auktion und nicht über einen Händler zu kaufen, um die Gewinnspanne des Händlers einzusparen.

¹⁰⁵ HERRMANN (1980): 322.

¹⁰⁶ GUILBAUT (1997): 71ff.; HOHMEYER/THON: 02/2004.

¹⁰⁷ In ihrem Buch „Confessions of an art addict“, welches von ihren Erfolgen als Galeristin erzählt (REITZ (1998): 130).

¹⁰⁸ Vor dem Hintergrund eines großen, ererbten Vermögens und der geschäftlichen Erfahrung einer Galerie in London („Guggenheim Jeune“) eröffnete sie 1942 in New York ihre Galerie „Art of This Century“, in der sie bis 1947 u. a. Pollock, Ernst, Grosz, Picabia, Gris, Motherwell, Rothko, Calder und de Kooning ausstellte (GUGGENHEIM (1998): 412).

¹⁰⁹ Andy Warhol wurde von Castelli zunächst allerdings abgelehnt – er übernahm Warhols Betreuung erst nach der Übernahme aller Künstler der 1964 geschlossenen Green Gallery (CASTELLI: 12/1998). Nach Castellis Tod übernahm Michael Werner im März 2000 die Galerie (HASSEL: 03/2000).

¹¹⁰ MAAK: 24.08.1999.

¹¹¹ IMDAHL: 30.09.2000-2.

¹¹² William Weinberg war ein deutscher Finanzier. Seine Gemäldesammlung hatte er nach der Machtergreifung der Nationalsozialisten nach Amerika verbringen lassen, wohin er bei Kriegsbeginn folgte. Beraten durch einen Kunsthistoriker, welcher das Werkverzeichnis van Goghs erstellt hatte, kaufte er in den 40er Jahren eine hochbedeutende Sammlung zusammen, die allein 10 Gemälde von van Gogh enthielt. Die Vermarktung der Auktion der Sammlung bediente sich nicht nur der tragischen Biographie Weinbergs, der auf der Flucht seine Familie zurücklassen musste, die in Deutschland

Impressionist mania was born”.¹¹³ Erstmals wurde eine Auktion professionell als Event vermarktet - sogar die Queen wurde geladen und erschien unter großer Anteilnahme der Medien zur Vorbesichtigung. Ein Jahr später verkaufte dasselbe Unternehmen 11 impressionistische Gemälde aus der Sammlung Goldschmidt in der ersten Abendauktion der Geschichte. Das in Abendgarderobe erschienene Publikum wurde beim Bieten durch den ersten in Farbe gedruckten Katalog unterstützt.¹¹⁴

Seit Mitte der 1970er Jahre wird in Auktionshäusern auch zeitgenössische Kunst versteigert. Seit 1994 werden sogar Abendauktionen in diesem Bereich abgehalten.¹¹⁵ Dies war nicht nur ein Signal der gestiegenen Publikums- und damit Marktakzeptanz, sondern auch ein Zeichen dafür, dass nun nicht mehr nur der Handel mit alter Kunst einen wirtschaftlichen Erfolg bringen kann.¹¹⁶ Dadurch, dass die großen Häuser den Verkauf von Werken der Zeitgenossen begannen ernst zu nehmen, wurde auch in diesem Bereich die Monopolstellung der Händler beendet.

1.6.6 Nachkriegsentwicklungen in Deutschland

Nach dem Krieg startete der Handel mit zeitgenössischer Kunst in Deutschland einen mühsamen und späten Neubeginn. Zahllose Künstler und Kunsthändler waren zwischen 1933 und 1945 emigriert. In den Großstädten eröffneten trotzdem noch in den 1940er, vor allem aber in den 1950er Jahren die ersten Privatgalerien, wobei sich eine Konzentration auf das Rheinland abzeichnete.¹¹⁷ Dies lag nicht zuletzt am wirtschaftlichen Aufschwung dieser Region. Die unter dem Gesichtspunkt der Vermittlung der im Dritten Reich verfemten modernen Kunst wichtigsten Auktionen dieser Zeit fanden allerdings im „Stuttgarter Kunstkabinett“ statt, in dem Roman

ermordet wurde, sondern auch des Umstands, dass die van Gogh-Gemälde eine international erfolgreiche Verfilmung des Lebens des Malers dekoriert hatten (WATSON (1992): 312; GARRETT (1994): 55).

¹¹³ WATSON (1992): 318.

¹¹⁴ HERBERT (1990): 19.

¹¹⁵ BRUBACH: 06/2002.

¹¹⁶ HERCHENRÖDER (1990): 40.

¹¹⁷ THURN (1994): 210.

Norbert Ketterer, welcher auch der Nachlaßverwalter Ernst Ludwig Kirchners war,¹¹⁸ von 1946 bis 1962 Werke des Deutschen Expressionismus versteigerte.¹¹⁹

Seit 1955 findet in Kassel die documenta statt.¹²⁰ Ursprünglich konzipiert, die Kunst der Moderne nach den “dunklen Jahren” der NS-Herrschaft wieder an das Publikum heranzuführen, hat sie sich im Laufe der Jahre zur weltgrößten Ausstellung zeitgenössischer Kunst entwickelt.¹²¹ Für den Kunstmarkt war die Ausstellung nicht nur wegen der Hinführung eines breiteren Publikums an die moderne Kunst wichtig. Für die ausgestellten Werke fungiert die documenta als Vorstufe zum Museum, was auf das Preisniveau der Werke teilnehmender Künstler (zumindest temporär) nicht ohne Einfluss bleibt.¹²² Die teilnehmenden Künstler fertigten außerdem erstmals auf Anlass einer Ausstellung Werke an, die dann in Editionen vom Veranstalter verkauft werden. Diese vor dem Hintergrund der (heutigen) kommerziellen Museumsaktivitäten als progressiv zu bezeichnende Vermarktung wurde erstmals anlässlich der documenta 3 1964 in Form der “documenta Foundation” eingeführt und stieß wegen der Vermengung von Kunst und Kommerz auf harte Kritik.¹²³

Im Laufe der sechziger Jahre etabliert sich die Galerie als Ort für den Handel mit zeitgenössischer Kunst, nicht nur aufgrund der hohen Qualität der Ausstellungen und der großen Beachtung der (internationalen) Öffentlichkeit, sondern auch aufgrund zahlreicher Verbindungen zu und Ankäufe von staatlichen Museen, als ein gesellschaftlicher Mittelpunkt. Vernissagen werden zum Pflichtprogramm der sich als solcher verstehenden Großstadtelite.

Die erste Messe für Gegenwartskunst entstand aus dem Bedürfnis der Galeristen nach professioneller Kooperation und Koordination heraus im Jahr 1965 in Lausanne. Durch den Erfolg angespornt organisierte der deutsche Teilnehmer Hein Stünke

¹¹⁸ KRÜGER: 2002-1.

¹¹⁹ KETTERER (1988-2): 206ff.; HERCHENRÖDER: 10/2000; MÜLLER-MEHLIS: 21./22.06.2002; NEUMEISTER: 22.06.2002.

¹²⁰ Arnold Bode, Initiator und dauerhafter Ideengeber der Ausstellung, war in Kassel aufgewachsen. Die Stadt wurde dann als Ausstellungsort gewählt, da sie sich in einer Zonenrandlage befand und man die documenta als “Schaufenster” einer freien Kunst sah. Zudem sollte Kassel einen Ausgleich dafür erhalten, dass ihre Bewerbung zur Bundeshauptstadt keinen Erfolg hatte (Zur Geschichte der documenta siehe SCHNECKENBURGER (1983); zur Person Bodes ORZECOWSKI (o. J.)).

¹²¹ SEEGER (2002): 3; SCHARPFF (2004): 11.

¹²² STADEL: 03.08.2002.

zusammen mit Rudolf Zwirner 1967 die erste deutsche Messe für zeitgenössische Kunst, den Kölner Kunstmarkt.¹²⁴ Dieser Kölner Kunstmarkt sollte ausgleichen, dass die Bundesrepublik im Gegensatz zu den Nachbarländern keine nationale Kunstmetropole besaß; Köln wurde als heimliche Hauptstadt des deutschen Kunsthandels betrachtet.¹²⁵ Die Messe simulierte einerseits eine Großstadt mit entsprechendem Kunsthandel, wurde aber andererseits auch die Keimzelle eines weltumspannenden Messe- und Marktbetriebes und der Beginn offensiver Kunstvermarktung.¹²⁶ Als Folge der Kritik an den Auswahlkriterien über die Teilnehmer wurde 1968 in Düsseldorf eine Gegenveranstaltung organisiert. Unter dem Druck der europäischen Konkurrenz - seit 1970 fand in Basel die *ART*, seit 1973 in Paris die *FIAC* statt - schlossen sich die beiden Messen zusammen.¹²⁷ Nachdem der Ausstellungsort zunächst alternierte, legte man 1989 endgültig die Ausstellung nach Köln. Seither heißt sie *Art Cologne*.

1.6.7 Der Boom und die Ernüchterung

Zu Beginn der 1980er Jahre kommt es nicht nur zum wirtschaftlichen Aufschwung, der die Verkaufszahlen von Kunst als einer Art des Investment beeinflusst. Für den internationalen Kunstmarkt ist außerdem von Bedeutung, dass in der Bevölkerung ein wachsendes "Stilbewusstsein" zu verzeichnen ist.¹²⁸ Kunst zu sammeln und sich in seiner Privatsphäre damit zu umgeben, gehört zum Lebensstil,¹²⁹ und eine Nähe vor allem zu moderner Kunst soll die Bedeutung des Sammlers steigern und ihn mit einer vorteilhaften Aura umgeben.¹³⁰ Gleichzeitig wurde der Avantgarde-Charakter zeitgenössischer Kunst in den Vordergrund gestellt, indem Kunst metaphysisch und philosophisch stärker aufgeladen und zu einer Keimzelle wahren Lebens erklärt wurde. Um avantgardistisch zu sein, musste Kunst stärker als jemals zuvor gewohnte Geschmacksvorstellungen und etablierte Sehgewohnheiten in Frage stellen.¹³¹

¹²³ SCHNECKENBURGER (1983): 66.

¹²⁴ HERCHENRÖDER (2000): 21; VALENTIN: 29./30.09.2000; HERZOG: 29.10.2003.

¹²⁵ DÖRSTEL/JACOBS (2000): 12; KARCHER (2000): 20.

¹²⁶ GRASSKAMP (2002): 61; HERSTATT (2002): 14; DÖRSTEL (2002): 16.

¹²⁷ THURN (1994): 235; DÖRSTEL/JACOBS (2000): 13.

¹²⁸ BOURDIEU (1982): 440f.; MORCHE: 03/2001; BLANKE (2002): 27.

¹²⁹ FAUST/FRIES (1982): 39ff.; HOLLEIN: 02/2001.

¹³⁰ ULRICH (2000): 12.

Dadurch fand auch im Status von Kunst eine Veränderung statt: Umgab man sich bisher mit Kunst, um Reichtum zu signalisieren, so durfte diese nicht zu neu sein, um die Tradition des Wohlstands anzudeuten. Nunmehr wird moderne Kunst nicht nur aufgrund ihres (unbewusst unterstellt hohen) Preises, sondern vor allem deswegen zum Statussymbol, weil sie den Rückschluss auf den Interessenten oder Eigentümer zulässt, der über die nötige Bildung und das intellektuelle Interesse verfügt, sich mit den Werken auseinander zusetzen. Erstmals erhält somit das Eigentum an Kunstwerken eine Doppelbedeutung ähnlich anderer Statussymbole.¹³² „Der Kunstmarkt hat eine Schlüsselstelle in der Popularisierung der Künste, die mit ihrer Vermarktung Hand in Hand geht“, so umschreibt Christian Herchenröder diesen Prozess der zunehmenden Bedeutung von Kunst für das Leben von immer mehr Menschen.¹³³

Der wirtschaftliche Aufschwung kam zunächst in die Galerien. Erstmals wurden auch junge und völlig unbekannte Künstler von ihm erfasst. Höhepunkt dieser Entwicklung waren die späten 1980er Jahre, als Kunst und Lifestyle, also das autonome Werk und die populäre Werbe- und Warenästhetik zusammenfließen: Kunst wurde in Boulevardzeitungen behandelt und manche Künstler erhielten den Status von Popstars.¹³⁴

Von der positiven Marktentwicklung dieser Phase konnte Sotheby's, ein Schlüsselunternehmen der Branche, letztlich nicht mehr profitieren. Der überproportionale Anstieg der Kosten, mit dem die Expansion der vorhergehenden Jahre und das Rennen mit dem erfolgreicherem Konkurrenten Christie's erkaufte worden war, brachten das Unternehmen in die Verlustzone.¹³⁵ 1983 kaufte Alfred Taubman die Aktienmehrheit von den Firmendirektoren.¹³⁶ Taubman ist Immobilienhändler und Bauunternehmer, zudem der Erfinder der "Shopping Mall".¹³⁷

¹³¹ ULRICH (2000): 35.

¹³² Teure Kleidung zeigt beispielsweise nie ausschließlich die finanziellen Möglichkeiten des Trägers, sondern auch dessen Informationsstand (ULRICH (2000): 12).

¹³³ HERCHENRÖDER: 17./18.12.1999.

¹³⁴ GLEADELL: 22.01.2001; BAYLEY: 09.03.2003. So lebte der gefeierte Künstler Dinos Chapman in jenen Jahren mit dem Topmodel Kate Moss zusammen; Damien Hirst besang eine Schallplatte und erreichte mit der Single "Vanderloo" Platz 2 der britischen Hitparade (THIBAUT: 2002).

¹³⁵ HENKEL: 08.05.2000.

¹³⁶ Für damals £ 87 Millionen (COLLIER: 26.02.2000; GROPP: 07.12.2001).

¹³⁷ SCHAERNACK: 29./30.09.2000.

Aus steuerlichen Gründen wurde Sotheby's in eine amerikanische Gesellschaft umgewandelt¹³⁸ und hat den Firmensitz seither in New York.¹³⁹

Steigende Preise bewegten unterdessen immer mehr Eigentümer von Kunstwerken zum Verkauf. Dies wurde durch eine Änderung der US-amerikanischen Vermögenssteuer, die die steuerliche Anrechnung von Stiftungen stark reduzierte, begünstigt. Hinzu kam das steigende Interesse japanischer Sammler an impressionistischer Kunst, welche sich mit der fernöstlichen Ideenwelt beschäftigte. In den zehn Jahren zwischen 1980 und 1990 stiegen die Preise für impressionistische Gemälde um 940%, ungeachtet des "Schwarzen Montags", des Börsensturzes von 1987. Dessen erwarteter Einfluss auf den Kunstmarkt blieb zunächst aus: Durch die anhaltenden Preissteigerungen war Kunst zu einer Alternativanlage geworden. Angeheizt wurde der Markt im selben Jahr durch einen neuen Weltrekord: Christie's versteigerte van Goghs "Sonnenblumen" für 24,75 Mio. Pfund. Der Zuschlag hatte eine Lawine von hochkarätigen Gemäldeauktionen zur Folge, die die Weltrekorde immer rascher brachen. Im November 1989 veröffentlichte Sotheby's erstmals eine Auflistung aller Auktionszuschläge des Monats, die als "The Million-Dollar-List" in die Geschichte eingegangen ist.¹⁴⁰

Höhepunkt der rasanten Entwicklung war zweifellos diejenige Woche im Mai 1990, in der der japanische Papierproduzent Ryoei Saito¹⁴¹ in New York bei Christie's das "Portrait des Dr. Gachet" von Vincent van Gogh für US\$ 82,5 Mio. ersteigerte.¹⁴² Dieser Zuschlag war damals der höchste, der je in einer Kunstauktion erfolgt war.¹⁴³ Zwei Tage später ersteigerte Saito ebenfalls in New York bei Sotheby's Auguste

¹³⁸ GROPP: 07.12.2001; GROPP: 04.05.2002. Taubman erwarb 13 Millionen "B-Shares", welche damals rund 63% der Stimmrechte entsprachen (HAWKES: 21.02.2003; HOLMES: 23.02.2003).

¹³⁹ Zur Übernahme von Sotheby's – damals Sotheby Parke Bernet – siehe HOGREFE (1986).

¹⁴⁰ Nach dieser Liste wurden allein im November 1989 58 Kunstwerke für mehr als US\$ 5 Mio., 305 für mehr als US\$ 1 Mio. und außerdem Werke von Picasso für insgesamt US\$ 377 Mio. verkauft (WATSON (1992): 412).

¹⁴¹ Saito steigerte nicht persönlich, sondern benutzte den japanischen Kunsthändler Hideto Kobayashi als Mittelsmann (MATTHEW: 25.07.2003).

¹⁴² SCHULZE: 02.06.2001; VALE: 20.07.2003. Zur Geschichte des Bildes, seiner Provenienz und Versteigerung vgl. SALTZMAN (2000).

¹⁴³ Der Zuschlag von 49,5 Millionen Pfund für Rubens "Kindermord von Bethlehem" war rein rechnerisch ein geringerer Preis als der für das van Gogh-Gemälde, wobei allerdings der Käufer des Rubens (aufgrund höherer Aufschläge und veränderter Wechselkurse) einen höheren Endpreis zahlte (GRAY: 22.07.2002; VINCENT: 09.08.2002; HERCHENRÖDER: 20./21.12.2002; EZARD: 30.01.2003; FENTON: 22.03.2003).

Renoirs Gemälde “Au Moulin de la Galette” für US\$ 78,1 Mio., was jenes Bild zum damals zweit teuersten Gemälde machte.¹⁴⁴ Dies ist beispielhaft für den Boom: Er wurde getragen von impressionistischer Kunst und vielfach bezahlt mit japanischem Geld.

Kurz vor diesen Rekordverkäufen mehrten sich allerdings die Anzeichen, dass der Boom seinen Höhepunkt überschritten hatte. Viele Einzelfaktoren, wie stagnierende Wirtschaftsdaten in Japan als Vorboten der Asienkrise der 1990er Jahre, steuerpolizeiliche Untersuchungen von Kunstkäufen und steigende Rücklaufquoten auf großen Auktionen hatten zur Folge, dass spekulative Investoren ihre Gelder vom Kunstmarkt abzogen. Über Nacht brach der Markt für Impressionisten zusammen. Durch Panikverkäufe verloren viele Anleger ihre Einsätze, Kunst war als Spekulationsgut längerfristig diskreditiert.

Dieser Einbruch hatte auch Auswirkungen auf Handel und Messeveranstalter. Es begann das “große Galeriensterben” – auf dem Sekundärmarkt gibt es seither kaum noch echte, d.h. Programmgalerien.¹⁴⁵ Galerien wurden beliebiger, austauschbarer, ebenso die Messen. Besonders die Mammutveranstaltung “ART Cologne” wurde als zu groß und unübersichtlich kritisiert, was zunächst zu einer Gegenveranstaltung namens “Unfair” in Köln 1992 führte. Neue Messen reagierten auf diese Situation und versuchten, durch eine rigorose Begrenzung der Teilnehmerzahl den Fehler der “ART Cologne” zu verhindern – so z.B. bei dem seit 1996 in Berlin ausgerichteten “European Art Forum”.

¹⁴⁴ Saito hatte vor, beide Bilder nach seinem Tod verbrennen und seinem Grab begeben zu lassen. Beweggrund dieses Planes war einerseits die Überlegung, dass die Erbschaftssteuer für die beiden Gemälde den Nachlass überproportional belasten würde, andererseits der Wunsch nach der Berühmtheit des Fanatikers. Tatsächlich fehlt vom van Gogh-Portrait seither jede Spur (HENSHER: 28.07.1999). Neuere Nachforschungen wollen den Weg des Werkes über einen Verkauf in die USA - von Sotheby's vermittelt - nach Europa nachzeichnen. Allerdings fehlt nicht nur für diese Spekulation, sondern auch für die Existenz des Gemäldes bislang jeder Beweis. Es wird jedoch ausgeschlossen, dass Saito seinen Plan verwirklicht und das Portrait verbrannt hat (CRÜWELL/LOVENBERG: 31.07.1999). Der Grund für das Untertauchen des Werks könnte auch sein, dass es seit einiger Zeit Gerüchte gibt, es sei von einem der Vorbesitzer gestohlen worden und der vermeintliche Eigentümer plane eine Klage auf Herausgabe (SCHÜRENBERG: 27.03.1999).

¹⁴⁵ HARTENSTEIN (1997): 33; BERTZ: 04.07.2001.

1.6.8 Sotheby's in der Integritätskrise

Inmitten der Krise wurde der damalige Weltmarktführer Sotheby's von einem Ereignis erschüttert, das das Ende der Vormachtstellung britischer Unternehmen anzukündigen schien. Der britische Autor und Journalist Peter Watson hatte von einem entlassenen Mitarbeiter der Firma Sotheby's dem Unternehmen gestohlene Aufzeichnungen erhalten, aus denen hervorging, dass das Unternehmen Kunstschmuggel geduldet, unterstützt und sogar initiiert hatte, um im Herkunftsland geschützte oder mit Ausfuhrverboten belegte Ware in London und New York verkaufen zu können. Zudem enthielten die Papiere Details über den Verkauf von antiken Grabbeigaben, die ebenfalls ohne Zollpapiere oder sonstige Nachweise angeboten wurden und aus Grabraub stammten; Details über Fälschung der Auktionsunterlagen zur Verschleierung solcher Provenienzen; und sie enthielten schließlich auch Niederschriften von Geheimvereinbarungen des Unternehmens mit den Ayatollahs aus dem Iran oder mit dem japanischen Kaufhaus Seibu.¹⁴⁶

Watson erstellte einen Fernsehbeitrag über diese Vorfälle, der nach seiner Sendung am 08.11.1995 in der Kunstwelt für Unruhe sorgte. Da die Unterlagen aber nur Aktionen der 80er Jahre nachweisen konnten und Watson zeigen wollte, dass derartige Praktiken auch Mitte der 1990er Jahre noch durchgeführt wurden, produzierte er einen zweiten Beitrag.

Zum medienträchtigen Nachweis der Vorwürfe kaufte Watson ein Gemälde eines italienischen Altmeisters, das als Lockvogel Teil einer fiktiven Sammlung sein sollte. Mitarbeitern einer italienischen Niederlassung von Sotheby's wurde vorgespiegelt, bei einem erfolgreichen Verkauf dieses "Probestückes" wäre man zum Verkauf einer umfangreichen und nur durch eine Auflistung der Werke dokumentierten Privatsammlung bereit.¹⁴⁷

Tatsächlich organisierte ein Mitarbeiter von Sotheby's einen Schmuggel des Bildes, der von der ersten Kontaktaufnahme über die Ablieferung bei einer Londoner Privatadresse bis hin zur Auktion mit versteckten Kameras gefilmt worden war.

¹⁴⁶ WATSON (1997): 58.

Dieses Bildmaterial wurde von Watson zunächst in einen Fernsehbeitrag umgesetzt; einerseits, weil die Art des Materials sich besonders gut dafür eignete, andererseits, weil ein Fernsehsender das gesamte Vorhaben finanziert hatte. 1997 erschien sein Buch „Sotheby’s. Inside Story“, welches beide Sendungen zusammenfasste und ergänzte.¹⁴⁸

Das betroffene Unternehmen gab sich zunächst arglos und wies darauf hin, dass es nicht die Aufgabe eines Auktionshauses sein könne, die Herkunft der angebotenen Stücke zu erforschen. „I don’t think it’s up to Sotheby’s to examine their clients’ business methods, really. We are acting for them, selling their goods. I really don’t think I can, or Sotheby’s can, be expected to ask them questions of that sort,“ so die Aussage von Felicity Nicholson, damalige Direktorin der Altertümer-Abteilung.¹⁴⁹

Als Reaktion auf die öffentliche Empörung, die auf die Berichterstattung folgte, entschloss sich das Unternehmen dann allerdings doch, seine Mitarbeiter zur Einhaltung von „ethischen Grundsätzen“ zu verpflichten. Diese (nicht veröffentlichte) Verpflichtung ist seither Teil aller Arbeitsverträge des Unternehmens und soll derartige Praktiken wirksam unterbinden.¹⁵⁰

Ähnlich dem deutschen Automobilhersteller Mercedes-Benz hat das Unternehmen trotz seiner unklugen Haltung im Prozess gegen den Aktendieb nur geringen Schaden davongetragen, obgleich dies nicht die einzige Einlieferung bleiben sollte, die zum Auktionsort „geschmuggelt“ wurde.¹⁵¹ Für die direkte Konkurrenz war das Ergebnis zweischneidig. Zwar wurde das seriösere Image von Christie’s gestärkt. Für viele Medienkonsumenten waren die Enthüllungen bei Sotheby’s aber ohnehin nur die „Spitze des Eisberges“; den Imagenachteil hatte die gesamte Branche.

¹⁴⁷ WATSON (1997): 14ff.

¹⁴⁸ Peter Watson verlor daraufhin seine „Position“ als Hofberichterstatter der großen Auktionshäuser. Er schreibt weiterhin für die Kunstmarktseite der Londoner Times und eröffnet alljährlich die Auktionssaison mit eindringlichen Warnungen an die Leserschaft, auf Versteigerungen keine geraubte oder geschmuggelte Kunst zu kaufen (WATSON: 18.04.1999; WATSON: 23.04.2001).

¹⁴⁹ WATSON (1997): 110.

¹⁵⁰ THIBAUT: 14.10.2000.

¹⁵¹ Bekannt wurde beispielsweise auch die Verbringung des denkmalgeschützten Inventars von Schloss Anif bei Salzburg nach Amsterdam zum Zwecke der Versteigerung. Durch Zufall wurde das

1.6.9 Wiederaufstieg nach dem Crash

Mit dem Einbruch im Bereich der “Marktlokomotive” impressionistischer Gemälde waren auch die Preise in zahlreichen anderen Warengelieten verfallen. Je stärker zuvor von spekulativen Investitionen profitiert worden war, desto größer war der Wertverlust gewesen. Auch wenn überraschend viele Sammelgebiete ihr Preisniveau halten konnten, hatte die Konzentration der öffentlichen Aufmerksamkeit auf diese Verluste den Eindruck einer nachhaltigen Krise geprägt.

In der Tat waren zahlreiche Preise auf das Niveau der frühen 1970er Jahre gefallen. Erst durch den langsamen Anstieg über einen Zeitraum von zehn Jahren wurden am Ende der 1990er Jahre wieder in nahezu allen Sparten die Preisregionen des Booms erreicht.¹⁵² Tobias Meyer, Vorstand von Sotheby’s, glaubt, dass “der Crash den Leuten inzwischen egal” sei.¹⁵³ Die Spekulanten seien in der Minderzahl, die meisten Kunden solvente Privatsammler. “Dieses Mal ist das wahre Geld unterwegs”, so der Düsseldorfer Galerist Hans Mayer.¹⁵⁴

Der Marktführer Christie’s wurde 1998 von einem neuen Eigentümer, Francois Pinault, übernommen. Er wandelte das Unternehmen von einer Aktiengesellschaft wieder in eine Privatfirma um, so dass der Verkauf vom Kunstmarkt eher positiv aufgenommen wurde.¹⁵⁵

österreichische Denkmalamt auf den Katalog aufmerksam und konnte durch Beschreitung des Rechtsweges die Auktion verhindern (GREGORY: 06.10.2001).

¹⁵² CHAFFIN/THORNCROFT: 10.05.2000; SCHUSTER: 04/2003.

¹⁵³ TRÖSTER: 12/1998.

¹⁵⁴ KNÖFEL: 25/1999.

¹⁵⁵ HERCHENRÖDER (2000): 53; THIBAUT: 5/1999. Zu Firmenstruktur und Vorgehensweise Pinaults vgl. 2.1.6 – Kunstmarkt und Luxusindustrie.

2. Die Struktur des Kunstmarktes

Zwischen den beiden Polen Künstler und Sammler bewegt sich die Kunstvermittlung. Obgleich Kunstmarkt vor allem kommerzielle Vermittlung bedeutet, haben auch nicht-kommerzielle Vermittler Einfluss auf den Markt und werden so zu dessen Elementen.¹⁵⁶

2.1 Kommerzielle Kunstvermittler

2.1.1 Der Handel

Der Handel lässt sich in Antiquitätengeschäfte, (Buch-) Antiquariate und Galerien aufteilen. Die ersten beiden Verkaufsformen bieten antikes und/oder altes Kunstgewerbe¹⁵⁷ sowie Bücher in ihren Verkaufsräumen und auf Messen an. Der Begriff "Galerie" umschreibt jede Art von Kunsthandel auf privatwirtschaftlicher Basis, also auch das Angebot von Werken Alter Meister oder sogar von Multiples und Postern. Eine Galerie veranstaltet in ihren Räumlichkeiten Ausstellungen, die - im Rahmen der Geschäftszeiten - frei zugänglich sind. Dies kann auch eine Dauerausstellung sein. Die ausgestellten Werke stehen zum Verkauf. Einige wenige Galerien bieten die Kunstwerke auch zur Miete an.¹⁵⁸

Allerdings wird traditionell als Galerie nur ein Unternehmen bezeichnet, das Werke von zeitgenössischen Künstlern verkauft, in aller Regel noch bevor sich die Museen der Vermittlung dieser Werke annehmen. Es handelt sich bei dieser Tätigkeit nicht nur um die Vermittlung zwischen Kunstwerk und Käufer, sondern vor allem zwischen Atelier und Publikum; der Galerist kann nicht nur die Freude an einem Objekt wecken, sondern diese auch leiten, untermauern und somit intensivieren.¹⁵⁹ In diesem Fall ist der Galerist häufig unmittelbar persönlicher Vermittler zwischen dem

¹⁵⁶ Der Sammler hat durch seine Wahl und deren Bekannt werden ebenfalls eine gewisse Wirkung als inhaltlicher Kunstvermittler und wird daher in diesem Teil des Kapitels dargestellt.

¹⁵⁷ "Antik" ist die Ware, wenn ihr Wert hauptsächlich auf ihrem Alter und der dadurch bedingten Seltenheit beruht und sie außerdem mehr als 100 Jahre alt ist (FACKLER/KONERMANN (1991): 64; vgl. Deutscher Zolltarif Nr. 99.06).

¹⁵⁸ STEWART: 03.02.2001.

¹⁵⁹ UTERMANN (2002): 120; SACHS: 11.08.2002.

Künstler und dem Kunden, und setzt sich oft für noch nicht arrivierte Künstler ein.¹⁶⁰ Ein persönliches Vertrauensverhältnis zwischen Künstler und Galeristen ist, wenn nicht Voraussetzung, so aber doch häufig Folge dieser Aufgabe; aus Sicht des Künstlers ist der Händler kommerzieller Vermittler und Rezipient in Personalunion.¹⁶¹ Auf dem Primärmarkt ist der Verkauf durch den Galeristen schließlich die erste Möglichkeit, dem Künstler eine Vorstellung vom kommerziellen Wert seines Schaffens zu geben: „Der Verkauf ist die Veredelung eines Werks, weil sein Wert da physisch greifbar wird“, so der Maler Alexander Fluhr.¹⁶²

Zudem hat der Galerist die Möglichkeit, durch die Auswahl seiner Künstler, deren Zahl naturgemäß begrenzt ist, ein Programm zu gestalten, welches sein Unternehmen von der Konkurrenz abhebt. Man spricht daher von diesen Erst-Galerien auch von Programm-Galerien.¹⁶³

Durch diese Pionierleistung der auch inhaltlichen Kunstvermittlung kommt den Galerien eine Schlüsselstellung im Kunstmarkt zu, wenn nicht gar für die Bestimmung der Entwicklungsrichtungen der Kunst insgesamt.¹⁶⁴ Die Galerie ist der klassische Ort für Erstpräsentationen und Gespräche; der Künstler setzt hier sein Werk erstmalig einer öffentlichen Kritik aus.¹⁶⁵ Der Galerist übernimmt im besten Fall die Aufgabe, junge und unbekannte Künstler auf den Markt zu bringen und entscheidet so über den künstlerischen Wert von Kunstwerken genauso wie über Marktpreis, Kunstmarktstrategie und Sozialgeltung mit – schließlich werden Künstler und ihre Produkte heute mit ähnlich aufwendigen Instrumenten zur Herstellung von Kundenkontakten behandelt wie industriell gefertigte Güter.¹⁶⁶

¹⁶⁰ WERNER: 5/1999; FRICKE: 14./15.07.2000.

¹⁶¹ HOEHME (2002): 283; KOLDEHOFF/MÜLLER: 04/2000.

¹⁶² MOSTBACHER-DIX: 09.03.2002.

¹⁶³ SCHARPFF (2004): 50; LUDORFF: 09/1997.

¹⁶⁴ KLEIN (1993): 138. THURN (1994): 8. Er spricht in diesem Zusammenhang von dem Kunsthändler als dreifachem „gate-keeper“.

¹⁶⁵ HERSTATT (2002): 90f.

¹⁶⁶ SIEBENHAAR (2002): 48. Zuweilen wird die Kritik geäußert, dass diese Marktstrategie somit einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf die Kunstgeschichte hat (AMMAN (2002): 61; vgl. BELTING (2002)).

Das optimale Mittel, als Galerist einen Künstler bekannt zu machen, sind Verkäufe seiner Werke, und zwar am besten in bedeutende Museen und Privatsammlungen.¹⁶⁷ Doch der Weg dahin besteht oft aus langwieriger und kostspieliger Arbeit, die zudem mit hohem Risiko verbunden ist, da sich nur eine kleine Minderheit der Künstler tatsächlich einmal am Markt durchsetzen kann – möglich wird der Erfolg nur durch eine funktionierende Mischkalkulation.¹⁶⁸ Oder aber der Galerist verfügt über ein zweites Einkommen, sei es durch eine weitere Tätigkeit oder den Verdienst des Partners.¹⁶⁹ Der Kölner Galerist Rolf Ricke fasst dies zusammen: Galerien seien schlicht „Geldfresser“.¹⁷⁰

Gleichzeitig sorgt der Galerist aber auch für den Sammlernachwuchs. Langfristiger, kontinuierlicher als jedes Auktionshaus, welches einen neuen Käufer sucht, kann er Sammler beraten, auf Reisen und bei Ausstellungsbesuchen begleiten, um so den Aufbau einer Sammlung zu professionalisieren.¹⁷¹ „Ein guter Galerist ist wie ein guter Zahnarzt oder ein guter Friseur. Man muss ihm vertrauen können“, so der Sammler (und Friseur) Gerhard Meir.¹⁷² Darüber hinaus wird eine Vielzahl von Eigenschaften von ihm erwartet: Fachliche Qualifikation, Branchenerfahrung, kaufmännisches Wissen, Verkaufstalent, Kontaktfreudigkeit, Durchsetzungs- und Überzeugungskraft, Kreativität, Entscheidungsfreude und auch Führungsstärke.¹⁷³

In dem Maße, in dem sich die Museumslandschaft verändert und Nachwuchskuratoren auch jungen und wenig bekannten Künstlern eine Plattform stellen, ihre Werke zu zeigen, verliert die Galeristentätigkeit im engeren Sinne nach

¹⁶⁷ THURN (1994): 8; THON: 10/2001.

¹⁶⁸ KRÜGER: 2002-2. POMMERHNE/FREY (1993): 18 weisen darauf hin, dass es aufgrund der „Politik der Risikostreuung“ ausreicht, wenn sich einige Projekte als finanziell erfolgreich herausstellen. Ein Zahlenbeispiel: Die Galerie Nothelfer in Berlin hat in den 40 Jahren ihres Bestehens 200 Künstler in Ausstellungen präsentiert, davon 120 Neuentdeckungen. Von diesen 200 haben sich 8 am Markt durchgesetzt (HERSTATT: 26.07.1999). Ähnliche Zahlen beim Förderprogramm der Art Cologne (getragen von der Köln-Messe, dem Bundesverband der Deutschen Galerien, der Stadt Köln, dem Land Nordrhein-Westfalen und dem Bundesinnenministerium): Seit 1980 wurden über 500 junge Künstler gefördert, weniger als 10% haben sich wirklich dauerhaft auf dem Markt etabliert (NEBELUNG: 03./04.11.2000).

¹⁶⁹ ALIHODZIC/REHM: 19.07.2003.

¹⁷⁰ SACHS: 11.08.2002.

¹⁷¹ BERTZ: 06.07.2001.

¹⁷² Zit. nach: Berlin muss sich nicht verstecken (o.A.), in: ArtInvestor Nr. 03/2002.

¹⁷³ PÜSCHEL (2002): 24; SCHMICKLER (2003): 4.

Meinung vieler Galeristen an Bedeutung.¹⁷⁴ Jedoch sind Museen in Zeiten knapper Ankaufetats und stark gestiegener Preise für junge, noch nicht etablierte Kunst immer seltener in der Lage, durch Ankäufe ihren Beitrag zur Bekanntmachung des Künstlers zu leisten.¹⁷⁵ Eine weitere Auswirkung der Mittelknappheit ist, dass Museumskuratoren eher konservativ auswählen, um die politische Akzeptanz der Erwerbungen – auch gegenüber von Fördervereinen und anderen Sponsoren – zu erhöhen; dieses an sich unwirtschaftliche Verhalten hat höhere Einzelpreise und dadurch eine geringere Zahl von Ankäufen zur Folge.¹⁷⁶ Dadurch können die Galerien sich bei ihrer Basisarbeit nur noch sehr eingeschränkt auf Ankäufe der öffentlichen Hand verlassen und müssen verstärkt Privatkunden von ihrem Angebot überzeugen.¹⁷⁷

Zudem ist ganz generell hinsichtlich der zunehmenden Vermittlungsbedürftigkeit von zeitgenössischer Kunst der Einfluss der Kunsthändler seit dem Beginn der Moderne stetig gestiegen; Kunsthändlern als Vermittlern von Kunst ist daher eine steigende Verantwortung für Kultur und Gesellschaft zuzubilligen.¹⁷⁸ Die fachliche Arbeit vieler Galeristen und ihr Verdienst an der Kunst wurde schon in unzähligen Publikationen honoriert; eine einzige Galerie wurde sogar zu Lebzeiten der Galeristin mit einer Ausstellung im Pariser Centre Pompidou gefeiert: Die Galerie von Denise René.¹⁷⁹

2.1.2 Die Auktion

Die Auktion ist diejenige Form des Warenabsatzes, die innerhalb eines versammelten oder via technischer Hilfsmittel präsenten potentiellen Käuferkreises zu einer bestimmten Zeit an einem festgelegten Ort unter einheitlicher Leitung den

¹⁷⁴ THIBAUT: 11.09.2001; KRÜGER: 2002-2. Dies wurde z. B. von dem Londoner Galeristen Anthony d'Offay neben der offenen Nachfolge als einer der Gründe genannt, seine Galerie zu schließen (BUNTING: 06.09.2001; THOMAS: 08.09.2001; THIBAUT: 11.09.2001).

¹⁷⁵ HOLLEIN (1999): 42.

¹⁷⁶ GONZALEZ (2002-2): 86; HOLLEIN (2002): 126.

¹⁷⁷ HERSTATT (2000): 31.

¹⁷⁸ THURN (1994): 8, BLASE: 02/2003.

¹⁷⁹ „Denise René, l'intrépide“ im Jahr 2001 (GRIMM-WEISSERT: 18.04.2001).

öffentlichen Verkauf einer Sache organisiert.¹⁸⁰ Charakteristikum einer Versteigerung ist, dass die Ware zum höchstmöglichen erzielbaren Preis unter Wettbewerb zwischen den bietenden Kaufinteressenten verkauft wird.¹⁸¹

Darüber hinaus versteht sich auch der Auktionator häufig als dem ungeschriebenen Ethos der Kunstvermittlung verpflichtet, indem er zur Auktion eingelieferte Werke mit nationaler oder regionaler Bedeutung im Vorfeld der Auktion an eine interessierte staatliche Institution zu vermitteln sucht, nämlich dorthin, wohin “das Kunstwerk gehört”.¹⁸² Dies sind in aller Regel Museen oder Bibliotheken. Christian Herchenröder bezeichnet dieses Tätigkeitsmerkmal des Auktionators dann auch als “unverzichtbare Kulturgutpflege”.¹⁸³ Hiervon zu unterscheiden ist die private Vermittlung durch das Auktionshaus, wenn der Verkäufer die Öffentlichkeit der Auktion scheut, das Stück aber an jeden beliebigen Interessenten privat verkauft werden soll.¹⁸⁴

Auf dem Auktionsmarkt stehen den beiden Marktführern Christie’s und Sotheby’s eine Vielzahl von nationalen Häusern gegenüber, welche zwar auch international tätig sind, aber signifikant weniger Ware vermitteln.¹⁸⁵ Ohne die Frage nach Ursache und Wirkung beantworten zu können: Die beiden großen, internationalen Häuser haben zusammen einen Marktanteil von 95%; der Großteil aller Neuentwicklungen in diesem Geschäftsbereich wurde von einem dieser beiden Häuser erstmals eingeführt, sie stehen exemplarisch für die Entwicklungsgeschichte des modernen Auktionshauses.¹⁸⁶ Ihr Bekanntheitsgrad ist ein wichtiges Instrument auf dem Beschaffungsmarkt, aber auch ein Umstand, welcher Kunden Sicherheit signalisiert,

¹⁸⁰ WILHELM (1990): 17. Das deutsche Recht kennt keine Gesetzesdefinition von “Auktion”, sondern setzt die Kenntnis des Vorgangs voraus (z. B. in §34 GewO, §156 BGB oder den Vorschriften der VerstV).

¹⁸¹ WICHER (1961): 50.

¹⁸² Vgl. 1.4 – Die Frage nach dem richtigen Ort. DRINKUTH (2003): 142; PLANTA: 01.07.2000. Bei der Vermittlung handelt es sich um eine schwierige Tätigkeit, da der Eigentümer davon überzeugt werden muss, das Stück an seinen angestammten Platz “zurückzugeben” und dabei möglicherweise auf einen Teil des durch eine Auktion zu erzielenden Erlöses zu verzichten. Verzichten muss aber auch der Auktionator: Auf ein Aufgeld in voller Höhe und die Werbung mit dem Stück.

¹⁸³ HERCHENRÖDER: 06./07.08.1999.

¹⁸⁴ Vgl. 6.2.7 – Absatz in der Mischform Auktion/Handel.

¹⁸⁵ DRINKUTH (2003): 8.

¹⁸⁶ Vgl. 3.2.5 – Das Kartell. DRINKUTH (2003): 14. Da die vorliegende Arbeit sich mit Entwicklungslinien befasst, werden vor allem die beiden internationalen Häuser Christie’s und Sotheby’s als Beispiele angeführt, was nicht über die Bedeutung der übrigen Häuser hinwegtäuschen soll, aber in der Duopolsituation und deren Folgen begründet ist.

da diese Häuser aufgrund ihrer Übermacht deutlich stärker vom öffentlichen Interesse überwacht werden.¹⁸⁷

2.1.3 Eine Mischform von Handel und Auktion

Eine häufige Vermischung der beiden Absatzformen ist der Händler, der sich als Auktionator betätigt. Relevant ist der Kunsthandel des Auktionators selbstredend nur, wenn er gleichzeitig neben der Versteigerungstätigkeit betrieben wird.

Eine solche Konstellation entsteht oft eher zufällig. Ein Kunsthändler versucht, durch den neugeschaffenen Absatzkanal der Auktion mehr Kunden zu erreichen als durch seine Kunsthandlung und nutzt umgekehrt die Fremdeinlieferungen der Auktion zur Warenbeschaffung für den eigenen Kunsthandel. Oder ein Auktionator kauft in der eigenen Auktion und schafft zum Absatz einen weiteren Kanal in Form einer Kunsthandlung. Letztere Konstellation ist besonders problematisch, wird doch das Auktionshaus von einem neutralen Vermittler, der auf einen maximalen Erlös hofft, ein Konkurrent anderer Händler, die in der Auktion Ware beschaffen wollen, und hofft wie diese auf einen möglichst niedrigen Zuschlagpreis.¹⁸⁸

Aber auch die generelle Auktionsbeschaffung kann der Grund solcher Zweigleisigkeit sein: Gerade Eigentümer kleinerer Auktionshäuser in der Provinz, denen das Kundenpotential einer Großstadt fehlt, agieren wie Händler und kaufen die Ware an, mit der sie dann die eigenen Auktionen bestücken. Hierbei äußert sich der Handelscharakter der Beschaffung nicht in einem eigenen Kunsthandelsunternehmen des Auktionators, sondern bleibt verdeckt.¹⁸⁹

¹⁸⁷ DRINKUTH (2003): 69.

¹⁸⁸ FABER-CASTELL: 23.04.1997.

¹⁸⁹ Vgl. 5.2 – *Konkurrenz auf dem Beschaffungsmarkt*. Dies ist häufig der Fall bei Auktionshäusern, die ohne städtisches Umfeld auskommen müssen und daher nicht ausreichend Privateinlieferungen finden. Bis 1989 konnten ankaufwillige Unternehmen noch eine weitere Quelle nutzen: In der DDR war der Export von Stücken aus der Zeit vor 1920 oder mit einem Wert von mehr als 500,- DDR-Mark verboten; der Staatskunsthandel hatte ein Ausfuhrmonopol. Sammlungen waren melde- und steuerpflichtig und wurden bei Steuerschulden oder Republikflucht eingezogen. Diese beschlagnahmten Stücke wurden containerweise zur Devisenbeschaffung in den Westen verbracht (PICKER (1994): 29; BISCHOF (2003): 152; RUTSATZ: 04/1990; KESSLER: 09/1997; HERSTAT: 10.01.2001; BLECHEN: 17.03.2001; BESSLER: 17.08.2002).

Es kommt aber auch vor, dass sich Händler zu einem Auktionshaus zusammenschließen. Der in Deutschland bekannteste Fall ist das Auktionshaus Villa Grisebach, 1986 vom Kunsthändler Bernd Schultz und vier weiteren Händlerkollegen im Haus des Architekten Hans Grisebach in der Berliner Fasanenstrasse gegründet.¹⁹⁰ Die Händler betreiben ihre Galerietätigkeit neben dem Versteigerungsbetrieb.¹⁹¹

Kauft sich hingegen ein Auktionshaus bei einer Galerie ein, um Zugang zu deren Kundenkartei zu erhalten und vor allem auf der Auktion durchgefallene Werke elegant und diskret erneut auf dem Markt anzubieten, handelt es sich eher um den Versuch, diese Galerie als alternativen Absatzkanal zu nutzen.¹⁹²

Unabhängig hiervon muss festgestellt werden, dass es eine weitere Verbindung zwischen Auktion und Handel gibt: Für viele Mitarbeiter der großen Auktionshäuser ist es eine vorgezeichnete Karriere, sich als Händler selbstständig zu machen. Hier kann der Experte seine während der Beschäftigung für das Auktionshaus erworbenen Fachkenntnisse, der administrative Mitarbeiter seine Kontakte zu Sammlern nutzen, um sie für das eigene Unternehmen zu nutzen. Für den Experten ist dies ideal, bietet ihm das Auktionshaus doch eine Möglichkeit, in verhältnismäßig kurzer Zeit sein Auge zu schulen – der Warenumsatz liegt im Auktionsgeschäft ungleich viel höher als in Galerien oder auch Museen. Berühmte Beispiele sind Christoph Graf Douglas, welcher sich nach seinem Rücktritt vom Amt des Deutschlandpräsidenten von Sotheby's als Kunsthändler selbstständig machte,¹⁹³ für einen administrativen Mitarbeiter Stefan Prinz von Ratibor, ehemaliger Geschäftsführer von Christie's in Deutschland, der für den New Yorker Galeristen Larry Gagosian eine Londoner Dependence aufbaute.¹⁹⁴ Diese Karrieren sind ein interessanter Hinweis auf die Schwierigkeit der Auktionshäuser, die dem Kunden zugesicherte Diskretion zu wahren, denn ihre Adressbücher und Kontakte sind für derartige „Wechsler“ Basis

¹⁹⁰ MEISS/GUNTLI (2000): 30f.; HERCHENRÖDER (2000): 58; DRINKUTH (2003): 45. Bernd Schultz ist Galerist der Berliner Galerie Pels Leusden im selben Gebäude, eben der Villa Grisebach (SCHULTZ (2000): 6; VILLINGER: 13.10.2001).

¹⁹¹ BIENERT: 28.07.2001. Ebenso ist das Auktionshaus „Wiener Kunstauktionen“, welches seit 2003 unter der Bezeichnung seines Versteigerungsorts „Im Kinky“ firmiert, ein solcher Zusammenschluss von Händlern (GREGORY: 27.04.2003).

¹⁹² Vgl. 6.2.3 – *Neue Distributionskanäle*.

¹⁹³ HECHT: 04/2001; GROPP: 09.12.2003.

¹⁹⁴ EBNER: 03.06.2000.

des neuen Geschäfts und zuweilen auch Hauptgrund für Galerien, diese Neueinsteiger anzustellen.¹⁹⁵

2.1.4 Berater, Sachverständige, Detektive

Eine große Rolle auf dem Kunstmarkt spielen Berater – „ohne Beratung geht es nicht“, befindet der Baden-Badener Kunstsammler und Museumsstifter Frieder Burda.¹⁹⁶ Diese Art Consultants bringen ihre kunsthistorischen, steuerrechtlichen oder ökonomischen Kenntnisse ein, indem sie Sammler oder Museen bei Akquisitionen oder auch der Durchführung von Einzelprojekten unterstützen.¹⁹⁷ Eine besonders große Rolle spielen diese Berater bei Firmensammlungen. In dem Maße, in dem das Unternehmen die Sammlung als Werkzeug der Öffentlichkeitswirkung und der Mitarbeitermotivation versteht, wird der Einfluss privater Vorlieben einzelner Führungskräfte ersetzt durch einen Anspruch auf Fachkompetenz, den nur ein professioneller Berater erfüllen kann.¹⁹⁸

Die Rahmenbedingungen der Art-Consulting-Tätigkeit werden durch Beratungsverträge definiert.¹⁹⁹ Der Berater hat dabei die Pflicht, gewissenhaft, richtig und vollständig Auskunft zu geben und Drittinformationen zu überprüfen. Vertreter dieses Berufsstandes sehen sich gern als objektive und, wenn sie keine finanziellen Interessen an einem Geschäft haben, als wertneutrale Vermittler.²⁰⁰ Da sich die Entlohnung der Dienstleistung eines Beraters allerdings in aller Regel nach dem Preis der Erwerbung richtet, ist die Neutralität insofern eingeschränkt. Andere Formen sind noch selten; nur sehr große Privatsammlungen haben fest angestellte Berater, welche unabhängig von dem von ihnen verursachten Umsatz entlohnt werden. Dass Galerien

¹⁹⁵ Der Wechsel zum Handel ist in aller Regel eine Sackgasse, aus der es keinen Weg zurück ins Auktionsgeschäft gibt. Der doppelte Wechsel gelang bislang nur Simon de Pury: Zunächst Chairman von Sotheby's in Europa, wagte er zusammen mit seiner Kollegin Daniella Luxembourg den Sprung in die Selbstständigkeit, 2000 erfolgte dann der Weg zurück ins Auktionsgeschäft durch die Fusion mit Phillips, dessen Chairman er wurde (Vgl. 2.1.6.3 – *Das Schlachtfeld Kunstmarkt*; MACK: 02/2001). Ebenso ist allerdings der Wechsel von einem Haus zum anderen eine Einbahnstrasse: Sollten sich die Erwartungen, die alle Beteiligten an eine erfolgreiche Abwerbung oder Kündigung hatten, nicht erfüllen, ist der Weg zurück versperrt (HERCHENRÖDER: 23./24.01.2004; GROPP: 24.01.2004).

¹⁹⁶ KRÜGER: 2002-3.

¹⁹⁷ WILKE: 23./24.06.2000; HOFFMANN: 27.03.2004.

¹⁹⁸ ULRICH (2000): 71.

¹⁹⁹ Gem. §§ 611, 675 BGB.

²⁰⁰ BENNETT: 22.01.2001.

eigene Berater haben, ist eine ganz große Ausnahme.²⁰¹ Umgekehrt haben Galerien zuweilen Abteilungen, welche unabhängig vom Tagesgeschäft eine freie Kunstberatung anbieten – die Grenze zwischen Galeriedhandel und Art Consulting schwimmt zusehends.²⁰² Es ist absehbar, dass künftig Künstler, die sich selbst auch der kommerziellen Vermittlung ihrer Kunst widmen werden, ebenfalls auf die Dienstleistung von Art-Consultants zurückgreifen werden.²⁰³

Unabhängige Kunstsachverständige werden in Deutschland von den Industrie- und Handelskammern geprüft und dann öffentlich bestellt und vereidigt. Aufgaben dieser Sachverständigen ist die Echtheitsuntersuchung und Wertfeststellung von Kunstwerken sowie die gutachterliche Hilfe für Versicherungen und vor Gericht. Voraussetzungen für eine Bestellung sind kunsthistorisches Vorwissen, eine mindestens 10-jährige Berufserfahrung im Kunsthandel sowie ein Mindestalter von 30 Jahren.²⁰⁴ Die Industrie- und Handelskammern publizieren Listen der bestellten Sachverständigen.²⁰⁵

Eine ebenfalls wichtige Rolle auf dem Kunstmarkt spielen Architekten und Innendekorateure, die ihre Kunden in Fragen der Inneneinrichtung beraten. In den Fällen, in denen Kunst als reine Dekoration des Lebensumfeldes und angewandte Kunst als Mobiliar angeschafft werden, ist die Beratung durch diese Berufsgruppe nicht zu unterschätzen.²⁰⁶ „In a sense, I have become a non-professional curator“, so der New Yorker Designer Geoffrey Bradfield.²⁰⁷ Welchen Umfang diese Tendenz bereits erreicht hat, kann man an dem Umstand erkennen, dass die *Palm Beach International Art and Antique Fair* schon 2001 zwei Designer in ihr Kuratorium berufen hat. Zudem veranstaltet die Interior Designers and Decorators Association gemeinsam mit dem Einrichtungsmagazin „World of Interiors“ im Rahmen der Messe einen Empfang für ihre jeweilige Klientel.²⁰⁸ Vor allem in den USA ordern wohlhabende Kunden bei ihren Innenarchitekten eine komplette Einrichtung

²⁰¹ So z. B. die Münchner Galerie Storms, wo der Unternehmensberater (und Mitgesellschafter) Stefan Shaw tätig ist (SACHS: 20.05.2000).

²⁰² HERSTATT (2002): 87; VALENTIN: 06./07.09.2002.

²⁰³ DORNBRACHT (2002): 98.

²⁰⁴ VOIGT: 29.04.2000.

²⁰⁵ Diese Listen können unter www.svv.ihk.de abgefragt werden.

²⁰⁶ BENNETT: 12.06.2000.

²⁰⁷ BENNETT: 05.03.2001.

inklusive Kunstwerken und Antiquitäten; im New Yorker Handel sind bis zu 80% der Käufer von Antiquitäten Inneneinrichter.²⁰⁹

Letztlich bieten zunehmend auch Banken und Versicherungen ihren Kunden eine Beratung in Kunstangelegenheiten an, da der Kunstkauf in aller Regel auch die Sphären der Dienstleistungen dieser Unternehmen berührt (Finanzierung, Investmentberatung und Vermögensplanung sowie Versicherung).²¹⁰ Entsprechende Dienstleistungen gehen aber weit über die Schnittmenge zwischen Kunstkauf und Bankgeschäft hinaus und können sich auch auf Sammlungsplanung, Vermittlung von Werken, Nachlassplanung und –bewertung sowie Errichtung und Verwaltung von Stiftungen erstrecken.²¹¹ Voraussetzung ist allerdings, dass der Kunde über ein „substanzielles“ Vermögen verfügt – dies umschreibt diskret den Einstiegsbetrag von mehreren hunderttausend Euro.²¹² Die Entlohnung dieser Dienstleistung kann nach Stundensätzen, aber auch nach prozentualer Kommission berechnet werden, je nachdem, ob nur (eigentumsrechtlich betrachtet) statische Betreuung stattfindet oder eine Transaktion begleitet werden soll.²¹³ Für viele diskrete Sammler ist der Schritt, seine Kunstwerke einem Außenstehenden zu offenbaren, möglicherweise einfacher zu vollziehen, wenn diese Stelle die Hausbank ist, welche ohnehin Einblick in die Vermögensverhältnisse hat – oder aber die Versicherung, welche letztlich das Werk zu jedem Wert versichern wird, den der Kunde, unabhängig von der Meinung der hauseigenen Experten, wünscht.²¹⁴

Ein letzter Typus des Dienstleisters soll hier nicht unerwähnt bleiben: Der des Kunstdetektivs. Ist ein Sammler auf der Suche nach einem verschollenen Objekt, so ist er mangels Alternativen in aller Regel auf die Hilfe eines Detektivs angewiesen,

²⁰⁸ BENNETT: 05.03.2001.

²⁰⁹ KUTSCHER: 31.10.2003; THIBAUT: 05./06.03.2004.

²¹⁰ XUAN-MÜLLER: 03.09.2001; TEIBLER: 02/2001; VOIGHT: 22.09.2001; HEYDEBRECK: 09.03.2003.

²¹¹ SCHWEIZER: 2001; HERSTATT: 21.06.2001; MERCKER/MUES: 21.09.2002.

²¹² HERSTATT (2002): 85; GONZALEZ: 02/2003.

²¹³ SCHWEIZER: 2001.

²¹⁴ GONZALEZ: 04/2001; GONZALEZ: 02/2003.

dessen Entlohnung erfolgsabhängig in einem Prozentsatz des Wertes des zu findenden Objektes liegt.²¹⁵

Der Kunstdetektiv erforscht einerseits den Verbleib verlorener Stücke, andererseits die Eigentumsverhältnisse bekannter (Museums-) Stücke. Tätig werden besagte Dienstleister entweder im Auftrag der Voreigner, der betroffenen Museen oder aber durch Eigeninitiative.²¹⁶ Denkbar ist aber auch, dass andere kommerzielle Kunstvermittler die Auftraggeber solcher Detektive sind, um die Vermarktung der gefundenen Stücke sicherzustellen.²¹⁷ Die großen Auktionshäuser und Kunsthändler forschen selbst nach verlorenen Bildern – sie haben oft einen Informationsvorsprung, da sie auf die eigenen, nicht öffentlichen Archive zurückgreifen können.²¹⁸

Im Regelfall wird der Detektiv vom Auftraggeber bezahlt – in Form eines Fixlohnes, des Spesenersatzes und eines zusätzlichen Erfolgshonorars. Ansonsten reduziert sich das Einkommen auf ein reines Erfolgshonorar, gleichsam einem Finderlohn. Diesen muss der erfolgreiche Detektiv mit den Eignern des verlorenen Kunstwerks vereinbaren; dieser Lohn kann leicht 50% des Wertes des gefundenen Objektes erreichen.²¹⁹ Dem unsicheren Einkommen stehen oft jahrelange, aufwendige Recherchen, Reise-, Anwalts- und Gerichtskosten gegenüber.²²⁰

Die Durchsetzung einer solchen Entgeltforderung setzt allerdings einen Verkauf des Objekts voraus – dieser ist aber in den meisten Fällen von geraubten Werken ohnehin schon durch die große Zahl der Erben vorprogrammiert.²²¹

²¹⁵ HERSTATT: 08.03.2001; HAMMER: 14.02.2002; KOLDEHOFF: 14.02.2002; BUHR: 15.02.2002. Wolfgang Kemp beschreibt die Tätigkeit eines solchen Detektivs in der fiktiven Erzählung „Der Bildermann. Eine Unternehmensgeschichte in sieben typischen Abschnitten“ (KEMP (2002): 49ff.).

²¹⁶ SCHRÖER: 01/1994; SCHWEIGHÖFER: 04/2000; WILSON: 05.08.2001.

²¹⁷ POELCHAU: 22.09.2000; HERSTATT: 09.08.2001.

²¹⁸ POELCHAU: 22.09.2000.

²¹⁹ HERSTATT: 09.08.2001.

²²⁰ PRIOR: 08.05.2000.

²²¹ Prominenter Fall ist die Versteigerung von Kasimir Malewitschs „Suprematischer Komposition“ im Mai 2000 bei Phillips in New York. Das Bild hing seit den 30er Jahren des 20. Jahrhunderts im New Yorker Museum of Modern Art. Der Kunstdetektiv Clemens Toussaint erforschte den Weg, den dieses und 5 weitere Bilder zurückgelegt hatten und machte 33 Erben ausfindig. Die Klage auf Herausgabe gegen das Museum wurde mit einem Vergleich beendet, wonach die Erbgemeinschaft die „Suprematische Komposition“ und US\$ 5 Millionen erhielt, das Museum aber 5 weitere Werke von Malewitsch behalten konnte. In der Auktion erzielte das Werk einen Preis von US\$ 17.052.500 (vom Käufer bezahlter Endpreis). Vom an die Einlieferer ausbezahlten Betrag soll Clemens Toussaint die

2.1.5 Verbände

Nach dem Zweiten Weltkrieg haben sich auch im Bereich des Kunstmarktes Akteure zusammengefunden, um die eigenen wirtschaftlichen und fachlichen Belange gemeinsam wirkungsvoller öffentlich zu vertreten. Zu unterscheiden sind berufsständische Verbände, wie Kunstversteigerer- oder Restauratorenverbände von Unternehmensverbänden, wie den Kunsthändler- und Antiquariatsverbänden. Wie in anderen Wirtschaftszweigen sind auch die Verbände im Bereich des Kunstmarktes in der Regel horizontal (also regional, z. B. nach Bundesländern) und vertikal (Landes-, Bundes- und internationale Zusammenschlüsse) strukturiert.

Der Handel ist (teilweise über die Landesverbände) in vier Bundesverbänden zusammengefasst. Diese vertreten ihre Mitglieder gegenüber der Öffentlichkeit, dem Gesetzgeber und den Behörden. Auf internationaler Ebene nehmen sie die nationalen Interessen als Mitglieder der Confédération Internationale des Négociants en Oeuvres d'Art (CINOA) wahr. Die 1935 gegründete CINOA sieht sich als „United Nations des Kunsthandels“²²² und hat als internationaler Verband mit Sitz in Brüssel 32 nationale Einzelverbände aus 21 Ländern, die wiederum gemeinsam mehr als 5000 ihrer Einzelmitglieder vertreten.²²³ Größter dieser deutschen Bundesverbände ist der Bundesverband des deutschen Kunst- und Antiquitätenhandels e. V. (BDKA).

Die Interessen der Galerien werden seit 1966 durch einen Verband in Bund und Ländern vertreten, der seit 1975 Bundesverband Deutscher Galerien (BVDG) heißt.²²⁴ Auf internationaler Ebene ist der BVDG Mitglied der Federation of European Art Galleries Associations (FEAGA), der der CINOA entsprechenden Vereinigung.²²⁵ Einige Händler, deren Schwerpunkt bei Gemälden des 19. und 20.

Hälfte erhalten haben. (CHEVELKINA/STAVRIDES/COSTE: 23.03.2000; KOHRT: 12./13.08.2000; HERSTATT: 09.08.2001; HERSTATT: 14.02.2002).

²²² So 2002 der Präsident Werner Feilchenfeldt (EHRET: 01/2002).

²²³ MÜLLER-MEHLIS: 01./02.09.2000; EHRET: 01/2002. Zudem gibt es weitere internationale Verbände, welche sich allerdings in aller Regel auf Händler eines bestimmten Segments beschränken (z. B. Art World Dealers mit Sitz in Brüssel; www.artworlddealers.com).

²²⁴ VALENTIN: 29./30.09.2000; BISCHOFF: 10/2000. Für die Mitgliedschaft sind folgende Voraussetzungen zu erfüllen: Eigene Galerieräume, die mindestens 20 Stunden pro Woche geöffnet haben; vier Galerieausstellungen pro Jahr und die Anmeldung durch zwei Bürgen (=Mitglieder).

²²⁵ BISCHOFF: 10/2000.

Jahrhunderts liegt, sind Mitglieder sowohl in Kunsthandels- wie in Galeristenverbänden.

Die deutschen Auktionatoren sind im Bundesverband Deutscher Kunstversteigerer e. V. organisiert. Die internationale Dachorganisation ist auf Europa begrenzt und nennt sich European Federation of Fine Art Auctioneers (EFA).²²⁶

Das in Köln ansässige Zentralarchiv des deutschen und internationalen Kunsthandels (Zadik) ist, obgleich 1992 vom BVDG gegründet, keine Verbandsinstitution, sondern eine eingetragener Verein.²²⁷ Er sieht seine Aufgaben in der Archivierung von Dokumenten zum Kunsthandel wie Katalogen, Korrespondenzen, Geschäftsbüchern, Filmdokumenten, Interviews, Einladungskarten und Rezensionen. Basis der Sammlung war das gestiftete Archiv des Kölner Galeristen Hein Stünke; inzwischen wurden mehr als 90 Archive von Galerien, Sammlern oder Kritikern akquiriert. Das Zadik ist damit neben dem Kassler documenta-Archiv das größte seiner Art in Deutschland.²²⁸ Diese Materialien sollen der Erkundung von Marktstrategien und zur Unterstützung bei Provenienzforschung dienen und werden im Periodikum „sedimente“ publiziert.²²⁹

Nur geringe Bedeutung auf dem Kunstmarkt hat der „Kunstverein Gesellschaft der Künste e.V. Düsseldorf – Berlin“, bei dem es sich ungeachtet des Namens nicht um einen traditionellen Kunstverein handelt, sondern einen verbandsähnlichen Verein, welcher die Akzeptanz von Künstlerinnen auf dem Kunstmarkt steigern möchte. Gegründet 1998, unterstützt er Künstlerinnen durch Ausstellungsorganisationen und – lokalitäten sowie bei der Katalogproduktion.²³⁰

²²⁶ IMDAHL: 26.07.2003.

²²⁷ VIELHABER: 02./03.02.2001; HERSTATT: 08.02.2001. Der Verein wird finanziert von der Kulturstiftung der Sparkasse Köln, der KölnMesse und der Stadt Köln (IMDAHL: 03.02.2001).

²²⁸ IMDAHL: 27.10.2001; HERSTATT: 31.12.2003.

²²⁹ IMDAHL: 03.02.2001; IMDAHL: 27.10.2001.

²³⁰ SOLGAR: 02.01.2001.

2.1.5.1 Aufgaben

Neben ihrem auf politische Entscheidungsprozesse zielenden Wirken als Lobbyisten des Kunstmarktes bieten Verbände, wie in anderen Branchen auch, ihren Mitgliedsunternehmen eine ganze Reihe von Vorteilen, die von Weiterbildungsangeboten über Jobbörsen, Warensuchprogrammen, einen gemeinsamen Internetauftritt²³¹ bis hin zu juristischer Beratung²³² reichen. Aber auch die Vermittlung von Aufträgen gehört dazu, wie z. B. die Ausschreibungsstelle für Kunst-am-Bau-Projekte des BVDG zeigt.²³³

In Ansehung der Überalterung der Mitglieder hat der BVDG 1999 eine besonders günstige Juniormitgliedschaft eingeführt und steht älteren Mitgliedern mit Informationen zum Verkauf oder der Abwicklung einer Galerie zur Seite.²³⁴ Als Gegenstück zur Junior- gibt es seit 2001 auch eine Seniorsmitgliedschaft für Galeristen, welche die Galeriearbeit zugunsten von Beratung und kuratorischen Aufgaben reduzieren möchten.²³⁵

Zum Dreh- und Angelpunkt für Erfolg oder Misserfolg der Tätigkeit der Kunsthändlerverbände ist allerdings schnell deren Rolle bei der Realisierung von Fachmessen geworden. Dabei geht es im besten Falle nicht nur um die reine Ausrichtung der einzelnen Messe selber, sondern um die überregionale und interdisziplinäre Abstimmung der verschiedenen Messeplätze zur Vermeidung terminlicher Überschneidungen, inhaltlicher Redundanzen ebenso wie zur wirkungsvollen Vermarktung und Öffentlichkeitsarbeit.

Es ist allerdings bezeichnend, dass sich die kritischen Konfliktpotentiale der Verbandsarbeit immer wieder in den Kernfunktionen des Messemanagements realisierten. Dazu gehören die ausgewogene Besetzung der über die Teilnahme

²³¹ www.cinoa.org; www.galerienindeutschland.net.

²³² z. B. "Empfehlungen zur Teilwertabschreibung in Galerien", 2000 vom BVDG herausgegeben (VALENTIEN: 01./02.12.2000-1).

²³³ IMDAHL: 24.08.2002; VALENTIN: 06./07.09.2002.

²³⁴ VALENTIN: 29./30.09.2000.

²³⁵ Und dadurch die Voraussetzung an Öffnungszeiten der Galerieräume oder Zahl der Galerieausstellungen nicht mehr einhalten können (IMDAHL: 24.03.2001).

entscheidenden Gremien und die Bestimmung und Überprüfung gemeinsamer Qualitätsstandards (vor allem bezüglich der Authentizität der ausgestellten Werke).

2.1.5.2 Fusionen und Spaltungen

In den 1990er Jahren galt die Fusion verschiedener Verbände gerade in der Rezession der frühen neunziger Jahre als probates Mittel, um dem - die wirtschaftliche Überlebensfähigkeit und politische Schlagkraft gefährdenden - Mitgliederrückgang gegenzusteuern. So wollten sich im Jahr 2000 der BVDG und der Bundesverband Deutscher Kunstverleger BVK zusammenschließen - zwei Verbände, die sich einer Sache, der Bildenden Kunst, verschrieben hatten.²³⁶ Vorausgegangen war seit 1995 eine Zusammenarbeit im Arbeitskreis Deutsche Kunsthandelsverbände.²³⁷ Die Fusionsabsicht fand in der Mitgliedschaft beider Organisationen breite Unterstützung, zumal man sich in wichtigen Positionen, etwa beim nationalen Urheberrecht oder der europäischen Wettbewerbsharmonisierung, einig wusste.²³⁸ Die Art Cologne als für viele Kunsthändler wichtigste Messe des Jahres und ideelles Kind des BDVG wäre durch die vom Bundesverband Deutscher Kunstverleger veranstaltete kunstKÖLN mit ihrem Schwerpunkt auf der Kunst nach 1960 und künstlerischen Editionen sinnvoll ergänzt worden.²³⁹

Die Mitglieder beider Verbände stimmten in ihren jeweiligen Versammlungen der Fusion mit großer Mehrheit zu, so dass einem Bundesverband der Galerien und Kunstverleger, in dem 340 Mitglieder vertreten wären, nichts mehr entgegen zu stehen schien.²⁴⁰ Ausgerechnet zu dieser Zeit jedoch eskalierten die Auseinandersetzungen um die Zulassung zur Art Cologne und vermeintlich undurchsichtige Entscheidungsvorgänge.²⁴¹ In dieser aufgeheizten Stimmung war an die notwendige Bestätigung des Fusionsbeschlusses im BVDG – bei den

²³⁶ KRÜGER: 2000-2. Der BVK war erst 1989 vom Lübecker Verleger und Galeristen Frank-Thomas Gaulin gegründet worden (BISCHOFF: 03/2001).

²³⁷ BISCHOFF: 03/2001.

²³⁸ HENLE: 25.03.2000.

²³⁹ HENLE: 25.03.2000; IMDAHL: 08.04.2000.

²⁴⁰ VALENTIN: 17./18.11.2000.

²⁴¹ Vgl. 6.1.2.6 – Köln.

vorangegangenen Abstimmungen fehlte der satzungsmäßig vorgeschriebene Notar – nicht mehr zu denken.²⁴²

Im Gegenteil: Der tiefe Graben, den der Kampf um die Messeteilnahme und gegen die Veranstalter durch den Verband gezogen hat, liess das Gespenst der Spaltung am Horizont erscheinen.²⁴³ Ein Szenario, das von den am Kunstmarkt vertretenen Verbänden beängstigend virtuos variiert wurde.

Im Bundesverband Deutscher Kunstversteigerer hatte man sich nach Personalquerelen “nur” von Teilen seines Vorstands getrennt.²⁴⁴ Demgegenüber verlor sein traditionelles Pendant für (Alt-) Kunsthändler, der Bundesverband des Deutschen Kunst- und Antiquitätenhandels (BDKA), – zunächst Hort von sieben Regionalverbänden – infolge internen Streits im Juni 2000 sein wichtigstes Mitglied, den Verband süddeutscher Kunsthändler (VSK).²⁴⁵

Der VSK seinerseits öffnete sich durch Satzungsänderung sofort auch Kunsthändlern anderer Bundesländer, konnte die hessischen Kunsthändler, die sich geschlossen gleichfalls vom BVDK lossagten, umgehend in seinen Reihen begrüßen und hat nun mit neuem Namen seit Oktober 2000 als Deutscher Kunsthandel e.V. (DK) den Status eines zweiten Bundesverbandes.²⁴⁶ Als Hauptunterschied zum bisherigen Dachverband ist nun jedes Mitglied ohne Umwege über den Landesverband direkt stimmberechtigt; man erhofft sich hiervon eine raschere Reaktion auf Probleme oder anstehende Veränderungen auf dem Kunstmarkt.

Damit nicht genug: Ein Kreis “exklusiverer” Kunsthändler verließ den BDKA, um sich in der Gesellschaft Deutscher Kunsthändler (GDK) wiederzufinden.²⁴⁷ Mit dem Verband des Rheinlandes RKV folgte zudem ein weiterer Regionalverband dem Beispiel der Süddeutschen und öffnete seine Reihen für Mitglieder aus dem gesamten Bundesgebiet.²⁴⁸ Seither gibt es vier “Bundesverbände”, und damit scheint die

²⁴² IMDAHL: 11.11.2000-2; VIELHABER: 14.11.2000;

²⁴³ KRAMER: 01/2001.

²⁴⁴ FRANKS: 08.09.2000.

²⁴⁵ FRANKS: 08.09.2000; MÜLLER-MEHLIS: 17.10.2000.

²⁴⁶ MÜLLER-MEHLIS: 17.10.2000; EHRET: 14/2003.

²⁴⁷ MÜLLER-MEHLIS: 01./02.09.2000; HERCHENRÖDER: 04.07.2001; SACHS: 07.07.2001.

²⁴⁸ MÜLLER-MEHLIS: 08./09.09.2000.

Verbandslandschaft die Übersicht auf dem Kunstmarkt eher zu verkomplizieren als zu erleichtern. Zumal jeder dieser neuen Bundesverbände auch weiterhin Mitglied der CINOA ist; die Haltung des BDKA, alle austretenden Landesverbände würden automatisch ihre CINOA-Mitgliedschaft verlieren, hatte sich als unberechtigte Hoffnung erwiesen: Die CINOA nahm umgehend die ausgetretenen Verbände auf,²⁴⁹ welche aber bei Abstimmungen trotzdem zusammen lediglich eine Stimme, die der Bundesrepublik, abgeben dürfen²⁵⁰ – wodurch weiteres Potential für Konflikte geschaffen wurde.

Die unübersichtliche Verbandsentwicklung auf persönliche Querelen, auf Verfahrensstreitereien und Eifersüchteleien zurückzuführen, greift zu kurz. Vielmehr sind es wohl vor allem die relativ kleinen Unternehmenseinheiten, die ein intensives ehrenamtliches Verbandsengagement der Mitglieder schon aus Zeitmangel nicht erlauben. Die schmalen finanziellen Möglichkeiten der kleinen Verbände lassen wenig Spielräume für die Rekrutierung eines professionellen Verbandsmanagements und ein hinreichend attraktives Dienstleistungsangebot für die Mitglieder, was die faktisch vollzogene weitere Fragmentierung nur umso unerfreulicher erscheinen lässt.

Hinzukommt eine sehr heterogene Klientel, in der einerseits ein auf dem internationalen Markt tätiger Experte ebenso vertreten ist, wie andererseits der eher regional orientierte Antiquitätenhändler "alter Schule". Schließlich sind die fraglichen Berufsfelder geprägt durch eher individualistische, zum Künstlerischen neigende Charaktere, die sich seit eh und je ungern in strenge Verbandsdisziplin einbinden lassen.

Die Restauratoren im Übrigen haben es demgegenüber geschafft: Aus sieben regionalen Verbänden haben sie sich in einem einheitlichen Bundesverband Verband Deutscher Restauratoren (VDR) zusammengefunden und die ursprünglichen Verbände aufgelöst.²⁵¹ Allerdings ist einzuräumen, dass sie es sich mit einer auf klar

²⁴⁹ MÜLLER-MEHLIS: 01./02.09.2000; MÜLLER-MEHLIS: 17.10.2000; OTTO: 14/2000.

²⁵⁰ EHRET: 01/2002.

²⁵¹ HERSTATT: 16.08.2001; SCHOENEBECK/FLEITMANN: 13/2003; KÜGLER: 13/2003.

umrissene berufsständische Ziele (insbesondere den Berufstitelschutz) gerichteten Organisation gewiss erleichtert haben.²⁵²

2.1.6 Kunstmarkt und Luxusindustrie

Die auf dem Kunstmarkt vorherrschende, vergleichsweise geringe Unternehmensgröße täuscht darüber hinweg, dass zumindest die großen Auktionshäuser Teile internationaler Großkonzerne sind. Die Einbindung von Kunsthandelsfirmen in eine Firmengruppe kann große Vorteile bringen: Ertragreiche Unternehmen der Gruppe können Verluste anderer ausgleichen. Zudem sind bei Unternehmen in Luxussegmenten Synergieeffekte denkbar, da man sich um dieselbe Klientel bemüht.

In den 1980er Jahren des 20. Jahrhunderts war die „Diversifikation“ das Zauberwort der internationalen Wirtschaft. Speziell produzierendes Gewerbe trachtete nach Investitionen in branchenfremde Bereiche, um wirtschaftliche Flauten im Kerngeschäft besser ausgleichen zu können.²⁵³ Das spektakuläre Ende der Diversifikationsstrategie von Daimler-Benz Anfang der 1990er Jahre²⁵⁴ zeigte, dass sich diese Entwicklung auch kurzfristig umdrehen kann, indem die Verluste der neuen Bereiche die Erträge des Kerngeschäfts aufzehren. Die Folge war häufig eine neue Konzentration auf den Kernbereich der Unternehmen, zuweilen unterstützt durch Fusionen mit internationalen Partnern derselben Sparte, um so die Globalisierung umzusetzen.

Zur Verbesserung der Ertragslage war bald ein neues Mittel gefunden: Die Premiumstrategie. Eine Marke, die Premiumprodukte verkaufen kann, realisiert nicht nur höhere Erträge, sondern scheint auch Konjunkturzyklen gegenüber unempfindlicher zu sein.²⁵⁵

²⁵² BRAUN: 24.02.2001; HERSTATT: 16.08.2001; RAUCH: 13/2003.

²⁵³ FRANK/WILHELM: 09/1993.

²⁵⁴ Aufgrund der anhaltenden Verluste der Tochterfirmen (AEG, Fokker, Dornier/DASA, Adtranz) beschloss der Vorstand 1992, sich wieder auf die Kernkompetenz des Unternehmens zu konzentrieren und die Verlustbringer zu verkaufen bzw. zu schließen (FRANK/WILHELM: 08/1995).

²⁵⁵ REITZLE (2001): 83; DUNSCH: 13.01.2000; BERNI: 21.08.2001; SCHMITT/SCHOLTYS: 9/2001; BÜSCHEMANN: 12.09.2001.

Der Trend zum luxuriösen Lebensstil und vor allem die Substitution von funktionalen Kaufkriterien durch Markennamen haben zur Folge, dass Anbieter im Luxusbereich enorme Absatzzuwächse wie auch deutliche höhere Renditen erzielen können als Anbieter des Massenmarktes.²⁵⁶ Speziell zur Renditeerhöhung versuchen seit Mitte der 1990er Jahre immer mehr Unternehmen, sich „höher“ am Markt zu positionieren und das eigene Erzeugnis als „Premiumprodukt“ anbieten zu können. Nachdem man erkannt hatte, dass eine im Markt etablierte Marke nach Marketinggesichtspunkten unbezahlbar ist, setzte eine regelrechte Jagd auf Markennamen in den Luxussegmenten ein. Hierbei ging es einerseits ganz im Sinne der Diversifikationsstrategie der früheren Jahre um eine Risikoverteilung, andererseits aber auch um die Höherpositionierung der Gesamt- bzw. „Mutter“-Marke zum Zwecke der Ertragserhöhung.²⁵⁷

Als Pionier dieser Entwicklung auf dem Kunstmarkt muss Alfred Taubman gelten, welcher seinem Bauunternehmens- und Immobilienimperium 1983 die Krone aufsetzte, indem er die Mehrheit an Sotheby's erwarb.²⁵⁸ Hierbei ging es allerdings weder darum, die Unternehmensgruppe zu diversifizieren noch um ein unmittelbares Abstrahlen der Luxusmarke auf andere Geschäftsbereiche des Konzerns, sondern um eine gesellschaftliche „Türöffnerfunktion“ des Unternehmens. „It's like buying the throne“,²⁵⁹ freute sich Taubman nach der erfolgten Übernahme. Lediglich seine Tätigkeit im Bereich von Luxusimmobilien verband er mit dem Namen der noblen Tochter.²⁶⁰

²⁵⁶ FAUST/FRIES (1982): 39ff.; REITZLE (2001): 244; BÜSCHEMANN: 12.09.2001. Zur Informationssubstitution durch Markennamen s.u. unter 6 – *Der Absatzmarkt*.

²⁵⁷ Um im Bereich der Schlüsselindustrie Automobilproduktion zu bleiben: Speziell der Volkswagenkonzern unter seinem Vorstandsvorsitzenden Ferdinand Piech war einer der aggressivsten Käufer. In kurzer Zeit erwarb VW die Firmen Bentley und Lamborghini sowie die Markenrechte an den Namen Bugatti sowie (von Daimler-Chrysler) Horch. BMW kaufte die Rechte an der Marke Rolls-Royce. Der amerikanische Ford-Konzern gründete eine eigene Tochterfirma, die Premier Automobile Group (PAG), um seine Luxustöchter (Jaguar, Land Rover, Lincoln und Aston Martin) zu verwalten (SCHMITT/SCHOLTYS: 9/2001).

²⁵⁸ Vgl. 1.6.7. – *Der Boom und die Ernüchterung*.

²⁵⁹ LACEY (1998): 297.

²⁶⁰ Je nach wirtschaftlicher Situation auf dem Kunstmarkt soll die gleichnamige Immobilientochter die einzige rentable Sparte unter Sotheby's Aktivitäten gewesen sein; aufgrund jahrelanger Millionenverluste im Auktionsgeschäft wurde diese Tochterfirma im Frühjahr 2004 verkauft (SCHAERNACK: 09./10.08.2002; BENNETT: 18.02.2004). Christie's hat ebenfalls eine Tochterfirma, welche Immobilien vermittelt (PEERS/SCHMITT: 17.05.2000). Berechnungen haben ergeben, dass die

Sotheby's ist der Prototyp einer Marke auf dem Kunstmarkt: Traditionsreich, vornehm, in jeder Weise etabliert und dazu lebendig. Die Kraft der Marke Sotheby's ist nur vergleichbar mit derjenigen von Christie's – alte Marken des Kunsthandels wie Knoedler, Wildenstein oder Colnaghi sind nicht annähernd gleichermaßen bekannt.²⁶¹

Auf allen Märkten unterscheidet man zwischen Gütern, deren Qualität man kennt und beim Kauf abschätzen kann (sogenannten Suchgütern wie beispielsweise Obst und Gemüse) und Gütern, deren Qualität man beim Kauf nicht kennt, sondern erst erfahren muss (sogenannten Erfahrungsgütern, wie beispielsweise Konserven) und Gütern, deren Qualität man auch nach dem Kauf nicht wirklich beurteilen kann (sogenannten Vertrauensgüter wie beispielsweise die Dienstleistung eines Rechtsanwalts). Eine Marke ist eine Möglichkeit, ein Erfahrungsgut in ein Suchgut zu verwandeln, indem man sich auf das Qualitätsversprechen der Marke verlässt. Bezüglich der Vertrauensgüter reicht dies oft nicht aus, da der Verbraucher selbst die Qualität nicht beurteilen kann und sich auf externe Spezialisten verlassen muss. Wenn eine Marke vor allem aus Meinungen und Bewertungen besteht, eignet sie sich im Bereich der Erfahrungsgüter besonders gut als Medium der Identitätsfindung und Wertorientierung.²⁶² Die Marke leistet hier die Herstellung von Systemvertrauen: Das System, dessen Arbeitsleistung zum erwünschten Erfolg führen soll, ist in allen Einzelheiten vertrauenswürdig. Dies ist der Markenerfolg von Banken, Versicherungen und auch internationalen Auktionshäusern.²⁶³

Speziell bei Letzteren kommt ein weiterer Aspekt hinzu. Seit einigen Jahren stellen immer mehr Unternehmen fest, dass die Menschen in ihrer Umgebung – Mitarbeiter, Geschäftspartner und Kunden – sich zunehmend nach „Inhalten“ sehnen. Dieser

Kosten für den Verkauf einer Luxusimmobilie nur ein Achtel derjenigen des Verkaufs eines hochwertigen Möbelstücks betragen (RESS-MOGG: 28.02.2000).

²⁶¹ Den Wert dieser Marke zeigt deutlich, dass nach der Übernahme von Christie's durch Francois Pinault eine Markenausweitung für möglich gehalten wurde - was nicht zuletzt den Kaufpreis mitbestimmt hat (GWYTHYR: 6/1999; THIBAUT: 19.5.1998). Nicht verschwiegen werden soll jedoch, dass Marken schon vor diesen unternehmensstrukturellen Entwicklungen auf dem Kunstmarkt eine Rolle spielten. So haben US-amerikanische Stiftungen und Museen wie die Andy-Warhol-Foundation oder das Guggenheim-Museum schon in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts ihre Namen und die der von ihnen vertretenen Künstler als Marke eintragen lassen, um das Merchandising-Potential dieser Namen international nutzen zu können (MERKER/MUES: 15.06.2002). Als wichtigste Marke der Kunstwelt wird Guggenheim angesehen (BUTLER: 24.10.2000). Den Aufbau des Namens Picasso zur Marke und deren Nutzung beschreibt Bernd Kreutz (KREUTZ (2003)).

²⁶² BOLZ: 27.06.2000.

²⁶³ BONUS/RONTE (2002): 43f.

Wunsch basiert einerseits auf der ökonomischen Dominanz heutiger Lebensformen, andererseits auf deren rascher Veränderung. Eine Frage, welche Shareholder Value und Globalisierung allein nicht lösen können; ökonomische Inhalte lassen sich nicht vollkommen entschlüsseln und umsetzen, ohne eine Dechiffrierung menschlicher Sehnsüchte vorzunehmen und diese umzusetzen. Immer mehr Unternehmen besinnen sich daher auf ihre Unternehmenskultur und passen diese der aktuellen Situation an – man muss erklären, warum Menschen aus verschiedenen Ländern Dinge auf verschiedene Weise tun. Diese neue Methode, eine Kultur zu dechiffrieren, nennt die Wissenschaft „Corporate Culture System (CCS)“ und stellt sie gleichberechtigt neben das alte „Shareholder Value System (SVS)“.²⁶⁴

Die großen, vormals britischen Häuser haben hier einen Wettbewerbsvorteil: Ihre Unternehmenskultur ist seit Jahrhunderten gewachsen und hoch angesehen. Durch ihre jeweilige Firmengröße, ihren hohen Anteil an ausländischen Mitarbeitern und Kunden sowie durch ihre internationalen Niederlassungen hatten Christie's und Sotheby's das Potential, besonders nachdrücklich nach den Wünschen und Vorstellungen der Kunden zu forschen und diese in ihre Geschäftspolitik wie die Unternehmenskultur einzufügen. Die weltweite Marketingmacht sorgte im Anschluss dafür, das neugeschaffene „Corporate Culture System“ der Öffentlichkeit zu vermitteln. Dies hilft wiederum der Reputation: Die vertrauensbildenden Maßnahmen werden nicht mehr vom Nachfrager selbst erzeugt, sondern von glaubhaften Dritten übernommen. So entwickelt sich das System der großen Marken mit jedem erfolgreichen Geschäft selbst weiter.²⁶⁵

²⁶⁴ POHL: 04.11.2002.

²⁶⁵ EHRET: 8/2001. Es soll jedoch nicht verschwiegen werden, dass sich Angriffe von Globalisierungsgegnern häufig auf Marken konzentrieren, da diese für viele Ausgangspunkt der Entwicklung zu sein scheinen. Als grundlegendes Manifest gilt Naomi Kleins Publikation „No Logo“ von 2001. Darin stellt sie dar, wie Marken durch ihre allgegenwärtige optische Präsenz in den Medien und im öffentlichen Raum die Fähigkeit der Unternehmen zeigen, ebendiese Bereiche zu gestalten. Die Kosten des Markenmanagements werden von produzierenden Unternehmen bei der Herstellung eingespart, welche häufig in Freihandelszonen in Mexiko oder China stattfindet – frei von Umweltauflagen oder Sozialabgaben. Sie ruft auf zum Widerstand gegen die multinationalen

2.1.6.1 Francois Pinault

Der erste Unternehmer, der die Marke und das Potential eines Kunstmarktunternehmens für die strategische Ausrichtung seiner Unternehmensgruppe nutzen wollte, war Francois Pinault. Der reichste Franzose (und enger Freund des langjährigen französischen Staatspräsidenten Jacques Chirac) besitzt eine große Zahl von Unternehmen. Der Kern seiner Unternehmensgruppe wurden die französische Kaufhauskette Printemps und das Versandhaus Redoute.²⁶⁶ Im oberen Bereich Ihrer jeweiligen Märkte positioniert, erwirtschafteten sie zuverlässig die Mittel für weitere Firmenzukäufe.²⁶⁷

Über viele Jahre erweiterte die Dachgesellschaft „Pinault-Printemps-Redoute (PPR)“ ihr Portfolio auf dem Markt der Luxusanbieter und –hersteller.²⁶⁸ Pinault gehören unter anderem der Pariser Modehersteller Yves Saint Laurent,²⁶⁹ der US-amerikanische Kofferproduzent Samsonite, das Weingut Château Latour, die Möbelkette Conforama, das Bekleidungsversandhaus Redcats sowie die CD- und Buchkette Fédération Nationale d’achat des Cadres (FNAC).²⁷⁰ Hinzu kommen Mehrheitsbeteiligungen an Gucci, dem italienischen Schuh- und Lederwarenhersteller Sergio Rossi, dem Schmuckhersteller Boucheron und den Modefirmen Alexander McQueen sowie Stella McCartney.²⁷¹

Konzerne, welche „den Verbraucher täuschen und die Globalisierung der Arbeitsplätze zur Ausbeutung missbrauchen“ (Klein (2001): 2ff.).

²⁶⁶ ERBSLÖH: 03.03.2000.

²⁶⁷ KRUMMEUER: 05./06.09.2003.

²⁶⁸ FORDEN (2002): 393f.

²⁶⁹ Über das Eigentum an der Yves Saint Laurent-Muttergesellschaft Sanofi Beauté. Sanofi besitzt darüber hinaus die Parfum- und Kosmetika-Rechte diverser Modeunternehmen wie Krizia, Oscar de la Renta und Fendi sowie Van Cleefs & Arpels und Roger & Gallet. Das „haute couture“-Geschäft verblieb allerdings zunächst bei Yves Saint Laurent selbst und seinem Teilhaber Pierre Bergé und wurde 2002 eingestellt (FORDEN (2002): 399; BAKER: 16.11.1999; KAMM: 16.11.1999; PILLER: 16.11.1999; FRANKEL: 19.01.2000).

²⁷⁰ JOFFRE: 3/2000; SHAMOON: 20.02.2004. Die Fédération Nationale d’achat des Cadres wurde 1954 mit der Absicht gegründet, Kultur durch den Verkauf einer großen Bandbreite von Büchern und Tonträgern zu günstigen Preisen zu demokratisieren. In Frankreich wird FNAC als nationale Institution angesehen. Seit der Übernahme durch Pinault hat FNAC seinen Verkaufsbereich zunächst über den Europäischen Kontinent, seit 2003 auch auf Großbritannien ausgedehnt (SELVA: 14./15.06.2003). Mit den Fonds National d’Art Contemporaine teilt sich die Fédération Nationale d’achat des Cadres die Kurzform FNAC, es gibt aber darüber hinaus keinerlei Verbindungen.

²⁷¹ FORDEN (2002): 401; BALL: 19.11.1999; FRANKEL: 05.12.2000; MENKES: 10.04.2001; CARREYROU/ROHWEDDER: 05.03.2004

Pinault hatte als Erster erkannt, dass sich Luxusfirmen häufig um identische Kunden bemühen – wer das Geld und den Geschmack hat, sich bei Yves Saint Laurent einzukleiden, kauft mit hoher Wahrscheinlichkeit auch teure Schuhe oder eben Kunst.²⁷² Dies führte zu seiner ersten Akquisition auf dem Kunstmarkt: 1998 erwarb er Christie's, seit 1996 wieder das größte auf dem Kunstmarkt tätige Unternehmen.²⁷³ Tradition, Image und Potential der Marke sowie umfangreicher Immobilienbesitz in St. James's, einer der teuersten Londoner Lagen, machten die Firma zu einer teuren Anschaffung: Pinault zahlte insgesamt £ 721 Millionen.²⁷⁴

War für Alfred Taubman noch der Kauf des Unternehmens Sotheby's Mittel zu gesellschaftlicher Anerkennung, so geht Pinault in seinem öffentlichen Auftritt noch einen Schritt weiter: Nach einer langjährigen Sammeltätigkeit und dem Kauf von Christie's gründete er 2000 die „Foundation Pinault“, welche die Privatsammlung des Unternehmers in einem eigenen Museum zeigt.²⁷⁵

2.1.6.2 Bernard Arnault

Diese Strategie hatte ihre Nachahmer. Der konsequenteste Verfolger ist ein ehemals enger Freund Pinaults, Bernard Arnault. Ausgangspunkt seiner unternehmerischen Tätigkeit ist seine Beteiligung an Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH). Kern der Gruppe sind die Namenspatrone Louis Vuitton (Taschen und Koffer), Moët & Chandon (Champagner) und Hennessy (Cognac). Durch beharrliche Zukäufe hat Arnault LVMH zum größten Anbieter von Luxusgütern weltweit gemacht – auch, um die diversen, eher kleinen Firmen durch die Konzernzugehörigkeit für hoch qualifizierte Führungskräfte interessanter zu machen.²⁷⁶

²⁷² LYNN: 07.05.2000.

²⁷³ Erwerber war die Holdinggesellschaft ARTEMIS, welche den Konzern PPR (Pinault Printemps Redoute) kontrolliert; vgl. 1.6.9. - Wiederaufstieg *nach dem Crash* (BONSE: 19.05.1998; BARKER: 10.01.2000; THORNCROFT: 07.03.2000; FRANKS: 23.03.2001; VILLINGER: 16.03.2002; Handelsblatt vom 09./10.08.2002; VILLINGER: 14.09.2002).

²⁷⁴ THORNCROFT: 13.01.2000. Dieser Betrag entsprach einer 40%igen Überzahlung des letzten Börsenwertes der Christie's-Aktie (BONSE: 19.5.1998).

²⁷⁵ OWEN: 11.09.2000; GRIMM-WEISSERT: 12.09.2000; GRIMM-WEISSERT: 26./27.10.2001; PAULY: 44/2003. Die operative Leitung seines Konzerns hat Francois Pinault übrigens Anfang 2003 an seinen Sohn Francois-Henri übergeben (SAGE: 16.05.2003; JOHNSON: 07./08.06.2003).

²⁷⁶ RUGE: 18.02.2001; MATLACK: 14.03.2004. Eine Wurzel der Unternehmen seines Rivalen Pinault liegt ebenfalls bei LVMH: 1991 kaufte Pinault von LVMH den Möbeldiscounter Conforama. Als Pinault später Printemps kaufte, bezahlte er, indem er Conforama an Printemps verkaufte (LICHFIELD: 01.03.2000).

Zum LVMH-Imperium gehören mittlerweile die Modefirmen Christian Dior, Givenchy, Christian Lacroix, Pucci, Berlutti, Donna Karan und Kenzo,²⁷⁷ die Uhrenhersteller Zenith, TAG Heuer und Ebel,²⁷⁸ die Schmuckhersteller Chaumet und Fred,²⁷⁹ die Finanzzeitung La Tribune,²⁸⁰ weitere Champagnerkellereien wie Krug, Pommery und Veuve Cliquot²⁸¹ und das Weingut Chateau d'Yquem.²⁸² Mit Prada teilt sich LVMH zudem das Eigentum am italienischen Modehaus Fendi,²⁸³ mit dem Weltmarktführer im Diamantenhandel de Beers das gemeinsame Tochterunternehmen Rapids World zum Vertrieb von Diamantschmuck.²⁸⁴ Im unteren Marktsegment wird das Portfolio mit dem Kaufhaus La Samaritaine abgeschlossen.²⁸⁵

Arnault wollte zudem der Marktführer des selektiven Internet-Handels werden. „e-LVMH“ und sein Internetpool Europ@web besaßen zeitweise über 30 Websites, darunter die Kunstpreisdatei Artprice.com,²⁸⁶ das Fußballportal Sportal²⁸⁷ oder die Internetauktionshäuser QXL und Aucland.²⁸⁸ Weitere Internet-Akquisen waren eine 20%-Beteiligung an icollector, einem britischen Internetauktionshaus und -suchdienst.²⁸⁹ Zudem hielt Arnault eine Beteiligung (i.H.v. £ 60 Millionen) an eBay, dem weltgrößten Internetversteigerer.²⁹⁰ Als sich das vermutete, starke Entwicklungspotential des E-Business nicht umsetzte, verließ Arnault diesen Bereich ähnlich rasch, wie er investiert hatte, und verkaufte diese Beteiligungen.²⁹¹

²⁷⁷ REES: 12.11.1999; NELSON: 21.02.2000; MARTINSON: 03.04.2001.

²⁷⁸ MILNER: 17.05.2000.

²⁷⁹ KAMM: 16.11.1999; GRIMM-WEISSERT: 03./04.08.2001.

²⁸⁰ OWEN/SIMONIAN: 23.12.1999.

²⁸¹ WATSON: 07.05.2000.

²⁸² GRIMM-WEISSERT: 31.01.2001

²⁸³ Prada selbst hat weitere Töchter im Luxussegment: Jil Sander, Helmut Lang und Church, ein traditionsreicher, britischer Schuhproduzent. Allerdings liegen die Rechte an Parfums und Kosmetika der Marke Fendi bei Sanofi Beauté, einer Tochterfirma von Pinault – es ist allgemein bekannt, dass Modeunternehmen in aller Regel vor allem im Bereich ihrer Kosmetik-Produkte Gewinn erwirtschaften (FORDEN (2002): 380f.; ALEXANDER/BARWICK: 16.11.1999; MENKES: 24.11.1999; ROZHON: 22.10.2003).

²⁸⁴ PATTEN: 29.12.2000; AP- Paris: 17.01.2001; rut- Brüssel: 26.07.2001; YEE: 15./16./17.08.2003; DRECHSLER: 08.01.2004..

²⁸⁵ MENKES: 22.11.2000.

²⁸⁶ MILNER: 21.01.2000

²⁸⁷ CASSY: 17.12.1999.

²⁸⁸ HEINICK: 11.03.2000; ERBSLÖH: 19.11.1999.

²⁸⁹ BUCKINGHAM: 16.11.1999.

²⁹⁰ RAMESH: 24.04.2001.

²⁹¹ GRIMM- WEISSERT: 22.02.2002

2.1.6.3 Das Schlachtfeld Kunstmarkt

Das Verhältnis der beiden Unternehmer wird speziell von den französischen Medien mit großer Aufmerksamkeit verfolgt – besonders dann, wenn sich beide für dasselbe Unternehmen interessieren.²⁹² Höhepunkt der Rivalität war die Schlacht um die Aktienmehrheit beim italienischen Modehersteller Gucci, welcher nach einer Verjüngungskur durch den neuen Chefdesigner Tom Ford exorbitante Zuwachsraten verzeichnete und große Gewinne versprach.²⁹³ Um eine feindliche Übernahme durch LVMH abzuwehren, rief das Gucci-Management den befreundeten Pinault zur Rettung, der als „weißer Ritter“ die Aktienmehrheit erwarb.²⁹⁴ Die Rivalität in diesem „Krieg der Handtaschen“²⁹⁵ ging so weit, dass LVMH die Geschäftsbank Morgan Stanley verklagte; da Gucci der Hauptkunde dieser Bank sei, versuche diese, durch Fehlanalysen und Falschmeldungen dem Konkurrenten LVMH zu schaden.²⁹⁶ Tatsächlich wurde Morgan Stanley zur Zahlung eines Schadenersatzes i.H.v. Euro 30 Millionen verurteilt.²⁹⁷

Beide Unternehmer, Arnault wie Pinault, präsentieren sich gern als Freunde der Kunst und passionierte Sammler. Die Rivalität erschöpft sich nicht nur im Kampf um

²⁹² Wie z. B. der französische Mobilfunkanbieter Bouygues, an den Arnault 10,36% und Pinault 15,2% halten (FLEMING: 23.12.1999).

²⁹³ FORDEN (2002): 315ff.

²⁹⁴ Ebenfalls über seine Holdinggesellschaft ARTEMIS, welche PPR kontrolliert (JOHNSON: 07./08.06.2003). Hierzu war freilich ein „Trick“ nötig. Die Firma gab kurzfristig Aktien aus, welche zur Gänze von PPR gekauft wurden. Der Anteil der LVMH-Aktien sank über Nacht, Arnault fand sich in der Rolle des Minderheitsaktionärs wieder. Diese Aktion hatte eine gerichtliche Untersuchung zur Folge, welche feststellte, dass die Aktienausgabe ohne vorherige Information an die anderen Teilhaber rechtswidrig war (FORDEN (2002): 378, 381, 390, 418; RANKINE: 09.03.2001). Erst in zweiter Instanz kam es zu einer außergerichtlichen Einigung, welche die stufenweise Übernahme der Arnault-Aktien durch Pinault regelte. (SLINGSBY: 06.09.2001; JOHNSON: 07.07.2001; VIERBUCHEN: 21./22.09.2001; MENKES: 06.03.2003; WACHMAN: 25.05.2003; JOHNSON: 01.04.2004). Gucci hingegen hat von Pinault dessen Unternehmen Sanofi Beauté übernommen und plant gemeinsame Verkaufsräume für Gucci und das Sanofi-Label Yves Saint Laurent (ISKANDAR: 16.11.1999 und 12.05.2000; MENKES/FRIEDMAN: 16.11.1999). Während des Kampfes um die Gucci-Übernahme warb die Firma bereits die Designer Alexander Mc Queen und Stella McCartney von Tochterfirmen von Arnault ab, um sie als Gucci-Töchter mit eigenem Label zu vermarkten (WALSH: 05.09.2001). Nachdem Pinault jedoch die Mehrheit der Gucci-Anteile erworben hatte und seine Holding die Entscheidungsbefugnisse des Managements beschneit, verließen Geschäftsführer Domenico De Sole und Chefdesigner Tom Ford das Unternehmen (BRAUNBERGER/PILLER: 09.11.2003; SCHLAMP: 46/2003; RUSHTON: 26.02.2004; FRANKEL: 18.03.2004). Seine Position wurde auf vier Nachwuchsdesigner aufgeteilt (CARREYROU/GALLONI: 03.03.2004; MILNE: 05.03.2004).

²⁹⁵ BRAUNBERGER/PILLER: 09.11.2003; BRAUNBERGER: 28.03.2004.

²⁹⁶ BRÄNDLE: 22.01.2003; RINGSHAW: 03.05.2003.

²⁹⁷ ARNOLD/SAIGOL: 13.01.2004; MILNER/TEATHER: 13.01.2004; REECE: 13.01.2004; MEASURE: 23.01.2004.

einzelne Kunstwerke, die Konkurrenz umfasste nach kurzer Zeit die gesamte Sammlungstätigkeit. So stellte, kurz nachdem Pinault mit den Plänen eines Museums für seine private Kunstsammlung an die Öffentlichkeit getreten war, Arnault den Impressionismus- und Modernespezialisten Michel Strauss ein, der viele Jahre die entsprechende Abteilung bei Sotheby's geleitet hatte und nun für Pinault eine Kunstsammlung aufbauen sollte.²⁹⁸

Aber auch auf dem Kunstmarkt selbst versuchte Arnault mit Pinault gleichzuziehen, indem er Sotheby's übernehmen wollte. Nachdem dieser Plan am Widerstand Alfred Taubmans gescheitert war,²⁹⁹ konzentrierte er sich auf die weltweite Nummer 3, das Londoner Auktionshaus Phillips.³⁰⁰ Da sowohl der Wert der Marke „Phillips“ als auch der Wert der Firmenimmobilien eher gering eingestuft wurden, war der Preis mit geschätzten £ 80 Millionen bis £ 100 Millionen vergleichsweise niedrig.³⁰¹

Arnault sah in Phillips trotzdem das Potential, zu den beiden Großen der Branche zu einem Zeitpunkt aufzuschließen, zu dem die beiden Marktführer Verstößen gegen das US-amerikanische Kartellrecht bezichtigt wurden, was zu einer kurzen, aber vor allem in den USA erheblichen Glaubwürdigkeits- und Vertrauenskrise führte.³⁰² Mit

²⁹⁸ GRIMM-WEISSERT: 12.09.2000; DURET-ROBERT: 20.10.2000; BENNETT: 23.10.2000-1; GRIMM-WEISSERT: 19./20.01.2001. Die von Strauss geleitete Impressionistenabteilung erwirtschaftete im Jahr 1999 38% des Gesamtumsatzes von Sotheby's (BENSINGER: 10.10.2000). Nachdem sich LVMH von Phillips wieder getrennt hatte, fand sich Michel Strauss als Angestellter von Phillips wieder, was jedoch kurz zuvor die Auktionen mit Impressionisten beendet und die entsprechende Abteilung geschlossen hatte (PEERS: 28.01.2003).

²⁹⁹ KOLDEHOFF: 10/2000; SCHAERNACK: 16./17.02.2001-2. Sotheby's-Großaktionär Alfred Taubman wurde aufgrund dieser versuchten Übernahme von anderen Aktionären verklagt, welche glaubten, Taubman habe durch Verheimlichung dieses Kaufangebots eine Übernahme durch LVMH verhindern wollen und damit Profitchancen der übrigen Anteilseigner zerstört. Letztlich gelang den Klägern jedoch der Nachweis nicht, dass sich die LVMH-Offerte auf das gesamte Unternehmen und nicht nur auf den Anteil Taubmans bezog (COHEN/O'CONNELL: 21./22.07.2000; O'CONNELL: 04./05.08.2000; O'CONNELL/BENSINGER: 07.08.2000; HEINICK: 07.10.2000). Nach dem gescheiterten Verkauf hat der Eigentümer des zweitgrößten Anteils, Ronald Baron, diesen mit rund 50%igem Verlust verkauft (THARP: 20.03.2003).

³⁰⁰ Über die LVMH-Unternehmenstochter LV Capital (PRETZLIK: 16.11.1999). Gerüchteweise soll gleichzeitig auch Pinault am Kauf von Phillips interessiert gewesen sein (Thibaut: 15/1999).

³⁰¹ BENNETT: 16.11.1999; TOMLINSON/NISSE: 15.07.2001. Spätestens der zweite Ankauf eines britischen Hauses durch französische Unternehmer wurde von den britischen Medien als Manöver französischer Firmen angesehen, sich vor der Öffnung des (französischen) Heimatmarktes in eine bessere, d.h. internationale Ausgangssituation zu bringen (HAMILTON: 21.11.1999; vgl. 3.3.4 – Harmonisiertes Auktionsrecht in Frankreich).

³⁰² Vgl. 3.2.5 – Das Kartell.

LVMH-Millionen im Rücken wurde umgehend ein Relaunch³⁰³ der bislang als „verschlafen“³⁰⁴ geltenden Firma eingeleitet: Neue Corporate Identity inklusive Katalogdesign und gravierender Aufstockungen sämtlicher Marketingbudgets einerseits,³⁰⁵ die Vergrößerung der Abteilungen durch Abwerben vor allem von Sotheby's-Personal andererseits.³⁰⁶ Schwerpunkt der Expansion war das lange vernachlässigte New York; aufgrund der großen Bedeutung des amerikanischen Marktes wurde schon kurz nach der Übernahme spekuliert, Phillips würde den Firmensitz dorthin verlegen.³⁰⁷

Hierzu kam es jedoch erst im Sommer 2001, als die Londoner Filiale mit Bonhams fusionierte – Phillips sah seine Zukunft ausschließlich im Spitzenbereich des Marktes und gab die kleineren Abteilungen ab.³⁰⁸ Simon de Pury hatte den Wunsch und das Bestreben, sich auf den Spitzenbereich des Marktes zu konzentrieren, seit seinem Eintritt in das Auktionshaus Phillips häufig geäußert. Letztlich war dies ein Weg, den auch die beiden Konkurrenten verfolgten, allerdings unter Beibehaltung ihrer kleineren Abteilungen – was von vielen als Wettbewerbsvorteil gegenüber dem verschlankten Phillips angesehen wurde.³⁰⁹ Die Strategie von Phillips, sich von diesen

³⁰³ Der Begriff Relaunch stammt ursprünglich aus der Nautik und umschreibt die Generalüberholung eines Schiffes im Winter. In der übertragenen Anwendung meint es die Überarbeitung oder Auffrischung eines Warenauftritts (ZIEGLER: 8/2002).

³⁰⁴ KNÖPFEL: 26/2000.

³⁰⁵ Christie's hatte kurz zuvor seinen Markenauftritt aufgefrischt und dabei im Emblem die Blickrichtung von James Christie in Richtung Zukunft, d. h. nach rechts gedreht – mit dem selben Argument hatte schon die belgische Schokoladenmarke „Côte d'Or“ die Laufrichtung des kleinen Elefanten auf der Packung geändert (Abendzeitung vom 13./14.01.2001). Sotheby's folgte Phillips und legte sich einen überraschend ähnlichen Auftritt mit besonders schmalen Typen und einer durchgehenden Kleinschreibung zu (MacINTOSH: 05.11.2000).

³⁰⁶ SULLIVAN: 16.05.2000; NEUMEISTER: 22.12.2001. Es ist überraschend, dass nahezu ausschließlich Sotheby's-Personal den Verlockungen von Phillips erlag und den Arbeitgeber wechselte. Mögliche Anlässe waren nicht nur die von Phillips offerierten höheren Gehälter; schließlich bot das deutlich kleinere Haus nach wie vor eher eine ungewissen Zukunft (BARKER: 06.05.2000; MELIKIAN: 28./29.10.2000). Diese ungewisse Zukunft erwartete aber auch in den Zeiten der Verkaufsgerüchte die Sotheby's-Mitarbeiter. Das amerikanische Unternehmen sah sich nach dem Abwandern zentralen Manager und Experten gezwungen, seinen Angestellten „goldene Handschellen“ anzulegen: Ein deutlicher Lohnzuwachs wurde denjenigen in Aussicht gestellt, welche bis Januar 2003 im Unternehmen bleiben würde (BARKER: 02.06.2001; DOWARD: 20.05.2001; VILLINGER: 18.08.2001; GRIBBEN: 09.08.2001; vgl. 1.6.9. – *Wiederaufstieg nach dem Crash*).

³⁰⁷ THIBAUT: 25.02.2000.

³⁰⁸ Vgl. 6.2.4 – *Der Kampf um den Mittelmarkt*; SCHÜRENBERG: 03.02.2001; THIBAUT: 17.07.2001. Das Konzentrationsbestreben von Phillips wurde allgemein einerseits als Zeichen dafür gewertet, dass das Unternehmen den Anschluss zur Spitze zu diesem Zeitpunkt noch nicht geschafft hatte, andererseits als Zeichen, wie gering das Vertrauen von Bernard Arnault in den Kunsthandelsplatz London nach der französischen Markttöffnung für internationale Auktionshäuser noch war (Vgl. 3.3.4 – *Harmonisiertes Auktionsrecht in Frankreich*; THORNCROFT: 17.07.2001).

³⁰⁹ VILLINGER: 14.07.2001.

Abteilungen komplett zu trennen, bedeutete auch, dass man dafür das Risiko von einem umfangreichen Geschäftsverlust im Mittelsegment in Kauf nahm. In der Abtrennung des Mittelmarkt-Geschäfts war aber auch zu diesem Zeitpunkt schon ein weiteres Risiko erkennbar: Das „neue“, erstarkte Bonhams kündigte umgehend an, sich weiterhin auch um die Versteigerung von höherwertiger Ware zu bemühen, wenn sie denn von den eigenen Kunden angeboten würde.³¹⁰

Trotz aller Investitionen hielten sich viele Jahre die Gerüchte, Arnault sei nach wie vor an einer Übernahme von Sotheby's interessiert.³¹¹ „Es gibt drei Wege in die erste Liga: Entweder man kauft ein entsprechendes Auktionshaus, oder man kauft die Experten ein, oder man kauft die Kunst...“, so Chris Thomson, Vorstandsvorsitzender von Phillips.³¹² Wie man kurze Zeit (und einige Preisgarantien an Einlieferer)³¹³ später erkennen konnte, hat Arnault alle diese Möglichkeiten versucht.

Gleichwohl war die Entwicklung mit dem Phillips-Relaunch keineswegs abgeschlossen. Kurze Zeit später gelang es Arnault, die Kunsthändler Simon de Pury und Daniella Luxembourg für Phillips zu gewinnen. De Pury war langjähriger leitender Direktor („Chairman“) von Sotheby's Europe, bevor er sich mit seiner Kollegin Daniella Luxembourg 1997 in Genf selbstständig machte; er gilt als einer der weltbesten Auktionatoren.³¹⁴

Die Genfer Kunsthandlung de Pury & Luxembourg wurde mit Phillips fusioniert; de Pury zum „Chairman“ des entstandenen Unternehmens Phillips, de Pury & Luxembourg ernannt. Daniella Luxembourg wurde „Präsidentin“.³¹⁵ Gleichwohl blieb nicht nur die Genfer Kunsthandlung bestehen, deren Geschäftsbereich

³¹⁰ THORNCROFT: 14.07.2001; THIBAUT: 10.05.2002; THIBAUT: 06/2002. In der Tat folgte Bonhams Phillips in der Position als „Drittgrößtes Auktionshaus der Welt“, als LMVH sich von den Anteilen an Phillips trennte.

³¹¹ THORNCROFT/YEAGER: 26.02.2000; DUPONCHELLE/DE ROCHEBOUET: 03.03.2000. Es tauchte zwischenzeitlich die Frage auf, was Arnault wohl mit Phillips plane, sollte er tatsächlich die Sotheby's-Anteile von Alfred Taubman erwerben können (GROPP: 25.02.2000; KNÖPFEL: 26/2000). Aber auch die Aufforderung des Sotheby's-Minderheitsstakeholders Ronald Baron, Arnault könne Sotheby's für weit weniger Geld erwerben, als er mit Phillips verliere, führte nicht zu einer Übernahme (CHAFFIN: 08.01.2001).

³¹² BARKER: 06.05.2000.

³¹³ Zu Preisgarantien vgl. 5.3.2.2 – *Garantieversprechen*.

³¹⁴ Phillips engagierte ihn daher auch zunächst nur kurzfristig, die erste Auktion nach der Übernahme in New York durchzuführen (STEPHAN: 04.11.2000; HEINICK: 23.12.2000).

³¹⁵ MACK: 2/2001

impressionistische Kunst und die der klassischen Moderne umfasst. In Zürich wurde zudem eine weitere Kunsthandlung „Phillips, de Pury & Luxembourg“ für zeitgenössische Kunst ins Leben gerufen.³¹⁶

De Pury sah in diesem Nebeneinander verschiedener Firmen keine riskante Vermischung, sondern eine neue Art des Kunsthandels, welche Auktionsverkauf, private Verkäufe und Kunstberatung miteinander verbindet.³¹⁷

Zu diesem Zeitpunkt war die Rivalität wahrlich global, und die internationalen Marken Christie's und Phillips wurden durch nationale Einkäufe unterstützt: Zur Vorbereitung der Öffnung des Kunstmarktes in Frankreich erwarb Arnault das größte französische Auktionshaus, die Eutude Tajan.³¹⁸ Pinault wiederum erwarb 10 Tage später die (in der Umsatzbetrachtung) zweitgrößte Gesellschaft PIASA (Picard-Audap-Solanet & Associés), welche pikanterweise ursprünglich mit Phillips fusionieren wollte – nachdem die Marktöffnung länger als erwartet nicht umgesetzt wurde, hatten die Firmen ihre Verbindung gelöst und alle Absichtserklärungen ad acta gelegt.³¹⁹

Ergänzt wurde die Anschaffung bei beiden Firmen durch den Kauf einschlägiger Kunstmarktmagazine: Pinault übernahm „Le Point“ und „Historia“,³²⁰ Arnault hingegen „Art & Auction“ und „Connaissance des Arts“.³²¹

³¹⁶ NEUMEISTER: 23.06.2001. Die neue Züricher Galerie hat im Volksmund den Beinamen „de Luxe“ erhalten (BECKER: 19.05.2001).

³¹⁷ THIBAUT: 22./23.12.2000; HERSTATT: 11.01.2001.

³¹⁸ BARRETT: 21.02.2000; HEINICK: 26.02.2000; HEINICK: 29.10.2003. Nach seinem Ausstieg bei Phillips verkaufte Arnault Ende 2003 auch seine Anteil an Tajan (GRIMM-WEISSERT: 02./03.01.2004; HANEL: 03.01.2004; HEINICK: 10.01.2004; HEINICK: 17.01.2004; HEINICK: 31.01.2004; GRIMM-WEISSERT: 23./24.01.2004).

³¹⁹ HEINICK: 19.02.2000. Arnault versuchte, diesen sich abzeichnenden Misserfolg abzuwenden, indem er -erfolglos- während der Verkaufsverhandlungen zwischen PIASA und Pinault den Verkäufern den doppelten Kaufpreis für PIASA bot (SCHIPPRACH/WEBER: 18/2000). Hintergrund dieser Erwerbungen war aber zu keinem Zeitpunkt eine Verschmelzung mit den britischen Töchtern. Die Pariser Auktionshäuser haben vielmehr einen hervorragenden Kontakt zu französischen Sammlern und Notaren und durften daher als eigenständige Firmen weiterbestehen. So hat PIASA beispielsweise 1998 den Nachlass der Dora Maar versteigert, wobei rund 200 Millionen Franc erzielt wurden (HEINICK: 04.03.2000). Nicht zuletzt stammen die französischen Auktionatoren, die „commis-seurs priseurs“, häufig aus renommierten Familien und verfügen aus diesem Grund über die entsprechenden Adressbücher (ERBSLÖH: 03.03.2000).

³²⁰ ERBSLÖH: 31.03.2000.

³²¹ HEINICK: 15.04.2000; KOLDEHOFF: 10/2000. Pikanterweise wurde nach dem Eigentumswechsel bei „Connaissance des Arts“ in der Presse zunächst vermeldet, Pinault sei der Käufer. Mehrere Tage lang war es unmöglich, das Rätsel zu lösen; die Medien beschränkten sich darauf, Vollzug des Kaufes

2.1.6.4 Der Ausstieg

Der Hauptunterschied zwischen den Unternehmen bestand darin, dass Pinault 100%-Eigentümer von PPR und deren Töchtern ist, Arnault hingegen als Teilhaber das Wohl anderer Aktionäre im Auge behalten muss.³²² Als eine Auswirkung dieser Situation müssen die Pinault-Firmen im Gegensatz zu den Konkurrenzunternehmen keine Auskünfte über die Unternehmensfinanzen geben.³²³

Hinzu kommen weitere interne Aspekte. Nicht nur, dass die streng hierarchische Struktur von LVMH nur schlecht zur englischen Unternehmenskultur passte und für große Reibungsverluste sorgte.³²⁴ Wichtiger jedoch wurde dieser Punkt bezüglich der immensen LVMH-Investitionen in Phillips. Die reine Kunstleidenschaft und die Rivalität mochten für Arnault Grund genug sein, Gelder ohne zeitnahen Rückfluss in eine der Konzerntöchter zu investieren. Nicht nur, dass Phillips die immensen Zinsen zu tragen hatte.³²⁵ Aktionäre suchen bei erkennbarem Auseinanderdriften von Umsatz und Gewinn des Gesamtkonzerns in aller Regel umgehend nach den Löchern.³²⁶

Daher kam das Ende von Bernhard Arnaults Kunstmarktaktivitäten überraschend schnell. Vor dem Hintergrund fallender Börsenkurse der LVMH-Gruppe und aufgrund der hohen Verluste von Phillips stimmte Arnault unter dem Druck von Management und Anlegervertretern 2002 zu, dass LVMH die Beteiligungen an Phillips wieder reduzierte – der Aktienkurs von LVMH war vom Euro 183,70 im Juli

und Kaufpreis zu nennen und bezüglich des Käufernamens darauf hinzuweisen, dass weder Arnault noch Pinault für einen Kommentar erreichbar wären (ERBSLÖH: 07.04.2001). Bei dem aus Staatsbesitz verkauften Wiener Auktionshaus Dorotheum, dessen Verkauf ebenfalls großes Medieninteresse hervorrief, haben allerdings beide Unternehmer von einer von den Medien wechselweise prophezeiten Übernahme abgesehen – problematisch war hier nicht nur das angeschlossene, kostenintensive Pfandleihgeschäft, sondern möglicherweise auch die nicht zur Gänze geklärte Rolle, welche das Auktionshaus bei der Verwertung von beschlagnahmtem Eigentum österreichischer Juden zwischen 1938 und 1945 spielte (GREGORY: 06.05.2000; HEISE-SAPPER: 30.03.2001; HERSTATT: 31.05.2001). Das Dorotheum wurde statt dessen im September 2001 an das Internetauktionshaus OneTwoSold verkauft, an dem der Eigentümer des Kölner Auktionshauses Lempertz, Henrik Hanstein, beteiligt ist (GREGORY: 15.09.2001 und 22.09.2001; HEISE-SAPPER: 18.09.2001). Die Übernahme wurde teilweise durch den Verkauf der firmeneigenen Immobilien finanziert (GREGORY: 13.11.2002; HEISE-SAPPER: 15./16.11.2002).

³²² LICHFIELD: 01.03.2000; MAXWELL: 15.05.2001; VILLINGER: 18.08.2001.

³²³ BENNETT: 13.03.2000; LOVENBERG: 18.03.2000; BENNETT: 19.03.2003.

³²⁴ LAMBERDIERE: 11.03.2000.

³²⁵ STEPHAN: 10.03.2001; PEERS: 11./12.05.2001.

³²⁶ TIEMANN: 09.07.2001; DIXON: 10.07.2001. In 2000 stieg der „operating profit“ von LVMH um 26%, die Dividende jedoch nur um 11% (MAXWELL: 15.05.2001).

1988 auf Euro 48,88 im Dezember 2001 gefallen.³²⁷ Der Hauptanteil wurde von Simon de Pury und Daniella Luxemburg übernommen, nur 27,5% der Anteile verblieben bei LVMH.³²⁸ Der Rückzug auf diese Sperrminorität sollte anderen Investoren den Zugang zum Unternehmen eröffnen; tatsächlich engagierte sich zum selben Zeitpunkt die kanadische Verlegerin und Multimillionärin Louise MacBain bei Phillips, welche gleichzeitig de Purys Lebensgefährtin war.³²⁹ Lediglich die Beteiligung an Bonhams wurde von LVMH behalten,³³⁰ ebenso verblieben die Verluste, welche Phillips in der Zeit des Engagements von Arnault eingefahren hatte und die in den Medien auf US\$ 150 bis 180 Millionen geschätzt wurden, bei LVMH.³³¹

De Pury und Luxembourg hatten die Vorstellung, mit dem nun schuldenfreien Unternehmen dank flacher Strukturen und geringer Kosten sich an der Marktspitze halten zu können. Die veränderte finanzielle Situation sowie die generelle Ungewissheit führten zu einem spürbaren Rückgang an Einlieferungen, so dass Phillips im Frühjahr 2002 seine New Yorker Auktionen absagen musste.³³² Man versuchte, diese Lücke durch eine Sommerauktion in London zu schließen – da sich das Unternehmen jedoch nach der Fusion der kleineren Abteilungen mit Bonhams aus London zurückgezogen hatte, verfügte man weder über Räumlichkeiten noch eine gültige Auktionslizenz. Aus dieser Zwangslage heraus hielt man eine Auktion im Londoner Hotel Claridge ab, wobei Simon de Pury als Auktionator auftrat und der Auktionskatalog den Namen Phillips nicht tragen durfte.³³³

10 Monate nach diesem Neuanfang verließ Louise MacBain Phillips wieder, und bestritt in der Folge, eigenes Geld investiert zu haben.³³⁴ Nach weiteren

³²⁷ GRIMM-WEISSERT: 22.02.2002

³²⁸ VOGES: 08.02.2002; GRIMM-WEISSERT: 12.03.2002.

³²⁹ GRIMM-WEISSERT: 22.02.2002; GRIMM-WEISSERT: 12.03.2002; WARD: 11/2003; MÜLLER: 50/2003.

³³⁰ THIBAUT: 10./11.05.2002; THIBAUT 06/2002.

³³¹ VILLINGER: 23.02.2002; VOGES: 23.02.2002; GROPP: 01.06.2002; GRIMM-WEISSERT: 12.03.2002.

³³² HERSTATT: 08.05.2002.

³³³ GROPP: 20.04.2002; HERCHENRÖDER: 21./22.06.2002; KOBI: 01.07.2002.

³³⁴ SCHAERNACK: 13./14.12.2002. Nach dem gänzlichen Ausstieg von LVMH übernahm MacBain das Magazin "Art & Auction" (WARD: 11/2003).

Rückschlägen wie einer besonders erfolglosen Impressionistenauktion³³⁵ musste das Auktionshaus bis auf vier alle Abteilungen schließen und die Hälfte seines Personals entlassen.³³⁶ Auch Arnault zog sich ganz zurück; Anfang 2003 überließ LVMH auch die verbliebenen 27,5% der Anteile de Pury und Luxembourg.³³⁷ Das repräsentative Hauptquartier in der 57. Straße in Manhattan musste aufgegeben werden; die Firma zog um in ihr ehemaliges Lagerhaus im New Yorker Stadtteil Chelsea.³³⁸ Aus der Schweiz zog man sich ebenfalls als Auktionshaus zurück; lediglich die Galerie de Pury & Luxembourg wurde beibehalten.³³⁹ Als letztes Kapitel dieser Geschichte verkaufte Daniella Luxembourg im März 2004 ihre Anteile an Simon de Pury; seither firmiert das Unternehmen unter dem Namen Phillips, de Pury&Company.³⁴⁰

Die Vision Bernard Arnaults (welche Simon de Pury und Daniella Luxembourg möglicherweise geteilt haben), den beiden großen Häusern auf Augenhöhe begegnen zu können, hatte sich als nicht realisierbar erwiesen.³⁴¹ Am besten illustriert die jährliche Liste der 10 teuersten Gemälde Aufstieg und Fall des Hauses Phillips: War es vor 2000 nicht vertreten, konnte es sich in jenem Jahr mit einem Ergebnis auf dieser Liste eintragen. 2001 waren es schon 3 Ergebnisse für Phillips, 2002 hingegen wieder keines.³⁴²

Das Haus, welches 1796 von Harry Phillips gegründet worden und seither eine feste Größe im Mittelmarkt Großbritanniens war, wurde durch diese Vision aus seinem Marktumfeld gerissen – es ist heute weder im Mittelmarkt noch in Großbritannien mehr tätig, die Neupositionierung muss als Misserfolg gewertet werden. Zudem ist wieder bestätigt worden, dass ein Auktionshaus, welches nur mit der Marktspitze arbeitet, ökonomische Veränderungen nur sehr schlecht ausgleichen kann. Sowohl das Genfer Auktionshaus Habsburg Feldmann als auch die Pariser Neugründung

³³⁵ In der Auktion am 4. November 2002 fanden nur 16% der angebotenen Bilder einen Käufer (BENNETT: 16.01.2003), vgl. 3.2.2.2 – *Garantieversprechen*.

³³⁶ Contemporary Art, American Paintings, Photography und Modern Furniture waren die Abteilungen, welche beibehalten wurden (BENNETT: 16.01.2003; FABER-CASTELL: 19.03.2003. Im Jahr 2000 hatte das Unternehmen 20 Abteilungen.

³³⁷ GROPP: 01.02.2003; PEERS: 28.01.2003.

³³⁸ PEERS: 28.01.2003; SCHAERNACK: 24./25.10.2003.

³³⁹ FABER-CASTELL: 19.03.2003; FABER-CASTELL: 21.05.2003.

³⁴⁰ BENNETT: 24.03.2004; SCHAERNACK/GRIMM-WEISSERT: 26./27.03.2004; GROPP: 27.03.2004.

³⁴¹ O'DONNELL: 22.06.2003.

³⁴² GROPP: 29.12.2001-1; GROPP: 28.12.2002; VOGES: 04.01.2003.

ALICE mussten eine Erfahrung machen: An der Spitze des Marktes sind die beiden etablierten Häuser besonders stark und die Ware besonders knapp. Hinzu kommt, dass eine Konzentration auf diesen Bereich auch eine größere Abhängigkeit von Marktschwankungen mit sich bringt.³⁴³

Fazit zu **2.1 Kommerzielle Kunstvermittler:** *Der Markt ist kein reiner Umschlagplatz für eine Ware, sondern ermöglicht mit dem Galerisystem eine Plattform für die öffentliche Präsentation und Diskussion von Kunst. In Anbetracht schwindender Etats in Museen hat inhaltliche Kunstvermittlung eine größere Bedeutung denn je – unabhängig vom Alter des vermittelten Werkes. Darüber hinaus ist der Galerist nach wie vor die Institution, welche Marktpreis und –strategie des Künstlers gestaltet. Die Behebung der Strukturfragmentierung des Handels, beispielsweise durch Interessensverbände, ist hingegen bislang nicht geglückt. Fernziel bleiben Nationalverbände, welche die verschiedenen Berufsgruppen, die auf dem Kunstmarkt tätig sind (Händler, Galeristen, Auktionatoren, Restauratoren, Antiquare, Kunstverleger), vereinen.*

Das Auktionsgeschäft wird von zwei internationalen Firmen dominiert. Die Einbindung beider in internationale Konzerne hat zwar zweifellos dazu geführt, dass Markenwerte erkannt oder definiert wurden, dass moderne Marketingtechniken aus der Luxusindustrie Eingang gefunden haben und dass durch derartige internationale Fusionen die Globalisierung auch auf dem Kunstmarkt vorangetrieben wurde. Eine tatsächliche, auch inhaltliche Verzahnung mit der Luxusindustrie, um Zugang zu deren Kunden zu erhalten, ist allerdings gescheitert. Für die beteiligten Unternehmer hat sich der Kunstmarkt als schwieriges Feld erwiesen, auf welchem die Regeln des Konsumgütermarktes nur sehr eingeschränkt funktionieren.

Abgesehen von den Strukturveränderungen innerhalb der beiden Blöcke ist zu beobachten, dass die Grenze zwischen ihnen durch Firmen, die mit beiden Distributionsformen arbeiten, sowie einzelnen den Arbeitgeber wechselnden Spezialisten regelmäßig durchbrochen wird. Das neue Berufsfeld des Beraters lässt diese Grenzen zusätzlich verschwimmen. Berater sind zwar eine gewisse Konkurrenz

³⁴³ HERCHENRÖDER (2003): 94; THIBAUT: 10.07.2001; MOORE: 30.07.2001.

für Galeristen und Kunsthändler, stellen aber gleichzeitig auch ein Nachfragepotential dar und besitzen außerdem die Chance, dem Markt Kunden zuzuführen, welche allein den Weg dorthin möglicherweise nicht gefunden hätten.

2.2 Inhaltliche Kunstvermittler

2.2.1 Die Museen

Museen verstehen sich nicht zuletzt als wissenschaftliche Institutionen. Ihre Aufgabe ist es, ihre Sammlung zu bewahren, zu erforschen, zu erweitern und zu präsentieren. Dank ihrer wissenschaftlichen Kompetenz und ihrer ästhetischen Definitionsgewalt,³⁴⁴ die sie mit der Säkularisierung der Gesellschaft von religiösen Autoritäten übernommen haben,³⁴⁵ üben sie zumindest mittelbar einen maßgeblichen Einfluss auf den Kunstmarkt aus, der weit über ihre Rolle als Kunden hinausweist.³⁴⁶

Nicht unerwähnt soll bleiben, dass sich Museen in aller Regel als „Gegenwelt“ zur kommerziellen Kunstvermittlung verstehen und auf allen Ebenen ihrer Arbeit auf dementsprechende Abgrenzung pochen.³⁴⁷ Der Kunsthistoriker und –kritiker Wolfgang Kemp beschreibt diese Haltung: „Das Museum nimmt ohne Unterlass kulturelle Objekte aus dem Markt. Es entzieht ihnen den Wert, der sich in Zahlen ausdrückt. Es etabliert ein Universum der Werte jenseits des Geldes. Und von diesem idealen Zustand leitet der Apparat die Maximen für seine Mitarbeiter her. (...) kein Handeln, keine Gutachten. Nichts, was uns ein wenig am unablässigen Prozess der Wertsteigerung teilnehmen ließe.“³⁴⁸

³⁴⁴ HEGEWISCH (1995): 13; BONUS/RONTE (1997): 208 sprechen vom “historischen und ästhetischen Überwachungsverein”.

³⁴⁵ In dem Maße, in dem die Kunst die neue Religion der betuchten, gebildeten Klasse wird - so der Gesellschafts- und Kunstkritiker Tom Wolfe -, ersetzen die Museen die Kirchen sogar als zentrale Orte der Städte (HÖFER: 04/1990; vgl. BROOKS (2001): 227).

³⁴⁶ SCHULZ-HOFFMANN: 03/2002. So erhöht ein Verkauf an ein Museum das Ansehen des verkauften Stücks und ist Beleg für die Kompetenz des Verkäufers, die Ausstellung im Museum hat Auswirkungen auf den Marktwert (BENNETT: 15.10.2000; vgl. 4.1.5 – *Museale Dokumentation*). Zudem hat sich herausgestellt, dass die Erneuerung einer regionalen Museumslandschaft dem Kunsthandel dieser Region starke Impulse geben kann (SCHULZ- HOFFMANN: 03/2002; IMDAHL: 01.03.2003). Darüber hinaus kann hier offen bleiben, welche Auswirkungen schwindende Ankaufsetats staatlicher Museen auf deren künftige gesellschaftliche Rolle haben werden.

³⁴⁷ DITTMAR: 12.04.2001; BECKER: 20.01.2003; NOEVER: 03/2004.

³⁴⁸ KEMP (2002): 36.

Gleichwohl bedienen sich Museen des Kunstmarktes nicht nur dann, wenn sie selbst ein Werk erwerben wollen. Plant ein Museum eine Ausstellung und begehrt die Leihgabe eines Werkes, das es nur durch dessen Auftauchen auf dem Kunstmarkt kennt, so wird der Händler wie das Auktionshaus gebeten, die Leihanfrage an den jeweils eigenen Kunden weiterzuleiten.³⁴⁹ Seit Museen ihre Räume an Unternehmen vermieten, welche dort Veranstaltungen durchführen, sind kommerzielle Kunstvermittler auch Klientel dieser Dienstleistung der Museen.

2.2.2 Die Berichterstattung

Im stabileren Kunstmarkt früherer Zeiten wechselten die Strömungen überschaubarer, die Preise stiegen langsamer. Die Kunstmarktberichterstattung wurde als ernstgenommene Instanz zur “Überwachung” der Qualität durch Hervorhebung der “guten” Werke und Künstler erfahren. Das Interesse der Öffentlichkeit und der Medien an Kunst, vor allem aber am Kunstmarkt hat in den 1980er und 1990er Jahren erheblich zugenommen.³⁵⁰ Heute ist einerseits der Markt unübersichtlicher und

³⁴⁹ DRINKUTH (2003): 140.

³⁵⁰ Das Angebot an Berichterstattung wächst stetig, sei es durch neue Kunstmarktmagazine, durch neue Kunstmarktseiten überregionaler Zeitungen oder durch eine höhere Frequenz bereits eingeführter Kunstmarktseiten: Das Magazin Art Investor, ein Produkt des Springer Verlages, erschien erstmals Anfang 2001. Seit 2000 berichtet Claudia Herstatt in der Wochenzeitung DIE ZEIT auf einer neugeschaffenen Kunstmarktseite. Das Handelsblatt ging im März 2001 dazu über, die ursprünglich nur dienstags und freitags erscheinenden Kunstmarktseiten täglich zu drucken. Dass dies noch im Herbst desselben Jahres zunächst wieder auf diese beiden Tage zurückgefahren und ab Juli 2002 sogar auf die Freitagsausgabe reduziert wurde, hatte seine Gründe wohl eher in der allgemeinen Zeitungskrise dieser Zeit denn in kunstmarktrelevanten Aspekten. Das gestiegene Interesse der Öffentlichkeit am Kunstmarkt kann man zudem nicht nur an Daten wie Zeitungsauflagen, Auktionsbeteiligungen oder Handelsumsätzen ablesen, sondern auch an der hohen Zahl von Werken der Belletristik, deren Handlung in der Kunstwelt angesiedelt ist (SABIN: 17.07.1999; GROPP: 15.09.2001; GROPP: 01.11.2003). Aus allen Bereichen des Marktes lassen sich Beispiele anführen: Ingeborg Hörmann erzählt die Geschichte einer jungen Malerin, welche sich von einer Vernissage in einer renommierten Galerie den Durchbruch erhofft (HÖRMANN (1991)). Die New Yorker Kunstwelt ist Schauplatz des Romans “Boogie-Woogie” von Danny Moynihan (MOYNIHAN (2000)); Michel van Rijsen erzählt von Kunstraub und Schmuggel in “Hot Art, Cold Cash” (RIJN (1983); FRANKS: 11.02.2000; SOMMER: 07/2000). Peter Watson lässt die Konkurrenz um ein ererbtes Altmeistergemälde zum detektivischen Wettbewerb werden (WATSON (1989)). Georges Perec und Koen Brams hingegen beschreiben die Vermittlung und die Wirkungen von Fälschungen (PEREC (1989); BRAMS (2003)). Ein weiterer Hinweis auf das gestiegene Interesse der Öffentlichkeit am kommerziellen Teil der Kunstwelt ist der Erfolg von Fernsehsendungen wie “The Antiques Roadshow” (BBC) oder “Kunst & Krempel” (ARD und 3sat; LEARMOUNT (1985): 173; LÖWE-HAMPP (1997): 29; HAWKES: 05.06.1999; HERSTATT: 18.10.2001; ORR: 01.06.2003). Abgerundet wird das Angebot, sich fiktiv mit dem Kunstmarkt zu beschäftigen, durch das erste Spiel, welches sich mit der Kunst nicht im Sinne der Kunstgeschichte, sondern als “Monopoly” befasst: “Get rich with art!” des Berliner Künstlers Jim Avignon (LÜTZOW: 05.08.1999). Für Betroffene von zwanghafter Kunstproduktion und -rezeption hat sich im Jahr 2000 eine Selbsthilfegruppe gegründet (www.artvictims.de; SOMMER: 09/2000-2).

kurzlebiger, andererseits ist offenkundig, dass Wertschätzung und Marktwert von Künstlern weitgehend ein Produkt der vielstimmigen subjektiven Kommentare in den Medien geworden sind.³⁵¹ Zudem wird seit vielen Jahren kritisiert, dass zahlreiche Publikationen dem persönlich interessierten Leser keinen Weg zur Kunst öffnen, sondern nur noch den Fachleser ansprechen.³⁵²

Der Umstand, dass die Medien in der heutigen Gesellschaft eine zentrale Rolle spielen, hat zur Folge, dass die Qualität der Vermittlung über diese ein wichtiger Faktor für den Erfolg des einzelnen Werks geworden ist; nach Ansicht einiger Kritiker sogar wichtiger als der Gegenstand selbst.³⁵³ Der Einfluss dieser Berichterstattung ist hoch, aber schwer zu fassen: Der Messebesucher, der sich von einem Stand zum nächsten auf der Suche nach dem jeweils teuersten Werk durchfragt, repetiert möglicherweise nur die Kommentare des Berichterstatters.³⁵⁴ Dieter Ronte spricht von „Vermittlung als Manipulation“, die gar nicht das Ziel verfolgt, einen kritischen Standpunkt einzunehmen, sondern nur “in dubio pro arte” argumentiert.³⁵⁵ Karl Markus Michel behauptet gar, dass die Kunstkritik für den Erfolg eines Künstlers keinerlei Rolle mehr spiele, da sie ohnehin “alles feiere”.³⁵⁶ Diese Position spiegelt bei allem zu unterstellenden Einfluss der Medien auf das Marktgeschehen zugleich deren völlige Unberechenbarkeit wider.

Davon unabhängig haben die Auktionshäuser erkannt, dass Medienberichterstattung eine Grundlage ihres Erfolges ist. Die Abteilungen für Öffentlichkeitsarbeit der Häuser versorgen die Fachpresse nachdrücklich mit Informationen; wichtige Auktionen werden mit Hinblick auf deren mediale Vermarktbarkeit gestaltet und terminiert. Der naturgemäß diskret arbeitende Handel kann dies nicht leisten und muss sich auf Pressearbeit zu Messeangeboten und Sonderausstellungen beschränken. Die in den letzten Jahren stark gewachsene Zahl von Publikationen, welche sich mit dem Thema befassen, macht aus der Not, dass die Zahl der sachkundigen Journalisten

³⁵¹ HOLERT (2002): 192f.

³⁵² KETTERER (1988): 186.

³⁵³ EHALT (1998): 13.

³⁵⁴ HERCHENRÖDER (1990): 108.

³⁵⁵ RONTE (1998): 20.

³⁵⁶ MICHEL: 4/1990; ebenso: HÖFER: 4/1990.

nicht gleichfalls gestiegen ist, eine Tugend, indem man zunehmend Marktteilnehmer selbst zu Wort kommen lässt.

2.2.3 Der Sammler als Kunde

Der wichtigste Endkunde des Kunstmarkts ist der Sammler - welcher mit seiner Zustimmung zum Erwerb eines Kunstwerkes im Übrigen auch die konkreteste Zustimmung zum konkreten Werk formuliert.³⁵⁷ Das Konzept des "Kunstliebhabers" unserer Zeit ist auf den Manierismus zurückzuführen. Die Antikenbegeisterung, die - verbunden mit einem hohen Grad an Mystizismus - diese Epoche prägte, erschuf die Vorstellung, dass die Kunst verborgene Wahrheiten in sich berge. Dadurch habe die intime Kenntnis der Kunst eine kultivierende Wirkung.³⁵⁸

Die charakteristische Eigenschaft des Sammlers ist das anhaltende Begehren, seine Sammlung zu vergrößern, oft ohne Rücksicht auf ökonomische Gegebenheiten, denn „ein echter Sammler sammelt nicht für's Wohnzimmer,...“, so der Stuttgarter Sammler Rudolf Scharpff.³⁵⁹ Dieses Begehren des Sammlers ist vor allem deswegen ein besonders willkommener Impuls, weil es sich durch die scheinbare Erfüllung eher verstärkt als befriedigt.³⁶⁰ Im Gegensatz z. B. zum Musikrezipienten aber sucht er eine dauerhafte Bindung.³⁶¹ Er kauft Kunst als ein Artefakt, das ihn idealtypisch Zeit seines Lebens begleiten und ästhetische Inhalte aus der Sphäre des Künstlers in seine Privatsphäre transferieren soll.³⁶² Die Individualität des Kunstwerkes soll sich hierbei auf seinen Besitzer übertragen.³⁶³ An dem Zweck, zu dem diese Gegenstände

³⁵⁷ CRÜWELL: 21.06.2003.

³⁵⁸ WATSON (1992): 51. Diese Haltung beschreibt Johann Wolfgang von Goethe als Hauptantrieb der Sammeltätigkeit, neben dem Wunsch, durch den Erwerb von Kunstwerken auszugleichen, dass man selbst nicht zu deren Schöpfung in der Lage ist (GOETHE (1997): 120ff.). Friedrich Dürrenmatt hingegen beschreibt in "Grieche sucht Griechin" die eher einschüchternde Wirkung von Kunst auf Bittsteller und Angestellte (DÜRRENMATT (1980): 58f.).

³⁵⁹ Zit. nach KRAUSE: 05.05.2000. Vgl. JELTSCH: 11/2000. BONUS/RONTE (1997): 278 sprechen sogar von "Sucht", nämlich dann, wenn die Präferenzen für einen Gegenstand so stark werden, dass eine freie Entscheidung ausgeschlossen ist.

³⁶⁰ KEMPER/SEGGELE (2003): 7; EHRET: 03/2002. RONTE (1998): 29 schreibt diesen Effekt der "Dialogfähigkeit" der Kunst zu. Sie sei dafür verantwortlich, dass der Sammler auf Vervollständigung der Sammlung drängt, da sich die Kunst durch die Nachbarschaft selbst erkläre; ebenso: MIDDENDORF: 13/2001. MUENSTERBERGER (1994): 253 nennt den Antrieb der Sammelleidenschaft schlicht "the promise of pleasure".

³⁶¹ BACHTLER (2003): 6.

³⁶² BONUS/RONTE (1997): 97; ähnlich VOIGTLAENDER (1993): 25.

³⁶³ REITZ (1998): 9.

möglicherweise einmal hergestellt wurden, ist er in aller Regel nicht mehr interessiert. Er will sie nicht "benutzen".³⁶⁴ Der Erwerb durch einen Sammler entzieht zudem in den meisten Fällen die Kunst dem Markt nur temporär.

Das Wesen der Kunst bedingt, dass der Erwerb des Kunstwerkes nicht ausreicht, seine Bedeutung und sinnstiftende Qualität zu erfahren. Diese erschließt sich regelmäßig erst nach Befassung und Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Werk und seinem Kontext.³⁶⁵ Da die Kunstrezeption nie an ein Ende gelangt, ist der Sammler weniger anfällig, dem Kreislauf aus Konsumenttäuschung und erneutem Konsum zu erliegen, in den Käufer von sonstigen Luxus- oder Markenprodukten leicht geraten.³⁶⁶ Diese Haltung des Sammlers gegenüber dem künstlerischen Schaffen ist als spiegelbildliches Konsumentenverhalten (angesichts eines zum Selbstzweck erhobenen Kunstbegriffs) zur Grundlage eines funktionierenden und ständig expandierenden Marktgeschehens geworden, die für eine zunehmend spekulative Nachfrage überhaupt erst die Basis schafft.³⁶⁷

Zum Thema Talent weist Heinrich Hunstein darauf hin, dass der Sammler dem übrigen Markt immer eine Nasenlänge voraus sein müsse. "Jeder Sammler, sofern er nicht ausgesprochen vermögend ist, muss die interessanten Künstler in einem frühen Stadium ihrer Karriere einkaufen".³⁶⁸ Auch der Direktor des Frankfurter Museums für Moderne Kunst, Udo Kittelmann, hält das Gespür für wichtiger als den finanziellen Hintergrund: „Es ist ein Mißverständnis zu glauben, schöne Dinge müßten viel Geld kosten. Zahlreiche hochkarätige Kunstsammlungen sind nicht auf Grundlage eines großen Vermögens entstanden, sondern weil jemand aus einem ganz persönlichen Interesse heraus Dinge früher wahrgenommen hat als andere.“³⁶⁹

³⁶⁴ Die Grenzen des Sammlerdaseins sind fließend. Der Käufer alter Blechdosen wird sich mit derselben Selbstverständlichkeit als Sammler bezeichnen wie der Käufer von Ölgemälden. WATSON (1992): XXV spricht Ersterem die Sammlereigenschaft ab. Das Horten von Swatch-Uhren bezeichnet er lediglich als besondere Art des Einkaufens. „Man ist kein Sammler, wenn man etwas für sein Haus kauft. Ein Sammler ist jemand, der sich auf eine Kunstgattung spezialisiert.“ Diese enge Grenze zieht der britische Sammler Arthur Gilbert (THIBAUT: 05./06.05.2000).

³⁶⁵ KRÜGER: 2002-1; ERBSLÖH: 18./19.02.2000-2.

³⁶⁶ ULRICH (2000): 90f.

³⁶⁷ EHRET: 14/2002. Diese Haltung des Sammlers wird als wirtschaftliche Grundlage des modernen Kunstbegriffs der "L'art pour l'art" angesehen (ALSOP (1982): 68ff.).

³⁶⁸ HUNSTEIN: 08.08.1999; ähnlich MALLALIEU: 03/2001; SCHAERNACH: 04./05.05.2001; BRAUN: 28.01.2004; LEISTEN: 20.03.2004.

Häufig führt diese Sammeltätigkeit zum frühen Zeitpunkt der künstlerischen Karriere dazu, dass der Sammler in der Folge nicht nur „inhaltlich“ dazu beiträgt, den Künstler bekannt zu machen, sondern auch, dass er mit seinen Ankäufen und Auktionsbeteiligungen den Künstler unmittelbar und auch mittelbar materiell unterstützt.³⁷⁰ Nach der Auffassung des verstorbenen Aachener Sammlers Peter Ludwig sind es dann auch einzig und allein die Sammler, die langfristig den Preis und den Wert von Kunst bestimmen, nicht etwa die Künstler oder Kunsthistoriker.³⁷¹ Den Einfluss, den ein Ankauf eines prominenten Sammlers, der Vorbildcharakter für andere Sammler hat, auf die Preise des Gesamtwerks des Künstlers ausübt, kann nicht hoch genug eingeschätzt werden – vergleichbar mit der Ankaufentscheidung eines wichtigen Museums.³⁷²

Denn ein weiterer Aspekt der Sammelleidenschaft ist der Wertzuwachs von Kunstwerken. Zumindest in der Wahrnehmung des leidenschaftlichen Sammlers herkömmlicher Prägung nimmt die Zahl und Bedeutung derjenigen, die mit dem Kunstkauf in erster Linie eine Renditeerwartung oder zumindest einen (möglichst ökonomisch nachvollziehbaren) Prestigezuwachs verbinden, zu. Dieser Käufer fühlt sich der Kunst häufig weniger verbunden als ein Sammler des althergebrachten Typus, hat dafür aber Interesse an Titeln und Etiketten, an der Auflistung der früheren Ausstellungen und Reproduktionen in Katalogen und Bildbänden.³⁷³ Die Sammlungen, welche vor allem durch den Wunsch nach großen Namen ohne Rücksicht auf die Qualität der Stücke oder ihr Zusammenwirken erworben werden, haben auf dem nordamerikanischen Markt die ironische Bezeichnung „Park Avenue Collection“.³⁷⁴ Der echte Sammler hingegen misstraut gern allem, was man nicht mit

³⁶⁹ KARCHER: 02/2001.

³⁷⁰ KETTERER (1988): 218; GRASSKAMP (2002): 65f.; SCHARPFF (2004): 13; MERKER/MUES: 06.09.2003.

³⁷¹ REITZ (1998): 144.

³⁷² SAGER (1992): 267; GONZALEZ (2002): 35.

³⁷³ Souren Melikian, Kunstexperte und Autor der International Herald Tribune, nennt diese Listen „Markierungen für Leute, die keinen eigenen Weg zur Kunst gefunden haben“ (HÖFER: 4/1990).

³⁷⁴ BERGGRUEN (1996): 220. John Herzog von Bedford gibt in seinem „Traktat über die feine britische Art“ derartigen Sammlern den Ratschlag, Bilder pauschal zu kaufen: „Kaufen Sie hin und wieder eine gute Sammlung von Impressionisten, Nach-Impressionisten und ähnlichem... Das macht guten Eindruck, und ein paar Tage lang spricht in der Regel alle Welt darüber“. (BEDFORD (1970): 114).

eigenen Augen sehen kann und hält es wie der Schweizer Sammler Peter Müller: „Es gibt absolut nichts zu erklären, es ist alles zu sehen“.³⁷⁵

Zuletzt ist das Sammeln für viele eine Möglichkeit, einen gewissen Nachruhm zu erwerben: Durch öffentliches Zuschaustellen der gesammelten Schätze, durch Leihgaben und Schenkungen.³⁷⁶ Viele reiche Menschen sind nicht durch ihr enormes Vermögen, sondern durch ihre Kunstsammlung bekannt geworden; auch wenn das Vermögen vergehen sollte, bleibt der Name des Sammlers mit dem Kunstwerk verbunden.³⁷⁷ Dadurch ist die Publikation einer Sammlung, so schreibt der französische Autor und Literaturwissenschaftler Georges Perec, eigentlich der „Prozess einer Einverleibung, einer Beschlagnahme: gleichzeitig aber auch (...) Diebstahl, im prometheischen Sinne des Wortes.“³⁷⁸

Der Schritt in die Öffentlichkeit birgt allerdings auch ein gewisses Risiko, denn der Sammler stellt seinen persönlichen Geschmack und sein Kunstverständnis zur Diskussion, häufig legt er auch Teile der eigenen Biographie offen.³⁷⁹ „Diese Sachen gehören nicht mir, sie gehören allen,“ findet trotzdem nicht nur der britische Sammler Arthur Gilbert, dessen Pretiosensammlung seit Sommer 2000 im Londoner Somerset House ausgestellt ist.³⁸⁰ Vor allem amerikanische Sammler sind sehr offen für die Zurschaustellung der angesammelten Kunstwerke; während großer Ausstellungen oder Messen öffnen die Sammler vor Ort ihre Häuser interessierten Besuchern.³⁸¹

So stehen viele Sammler in der Tradition der amerikanischen Stifter und befinden, dass eine Sammlung nur ein vorübergehender Hafen ist, wichtige Werke aber einen Platz im Museum finden sollten.³⁸² Dies wird schließlich auch finanziell belohnt: Nicht nur mit einer Wertsteigerung der Werke, vor allem aber durch Steuergesetze,

³⁷⁵ STRIMMER: 14/2000.

³⁷⁶ GLEADELL: 26.06.2000; KUHN: 06./07.10.2000; KROPMANNS: 10.02.2001; BÄUMLER/DÄNIKEN: 02/2003.

³⁷⁷ REITZ (1998): 10; HERSTATT: 31.01.2002. Ähnlich den Listen der teuersten Kunstwerke gibt es Listen, welche die vermögendsten, einflussreichsten Sammler zeigen (GLEADELL: 07.07.2003; MORISSON: 13.07.2003; GROPP: 09.08.2003)

³⁷⁸ PEREC (1989): 76.

³⁷⁹ SCHARPFF (2004): 29; WEDEL: 12.12.1999.

³⁸⁰ THIBAUT: 05./06.05.2000.

³⁸¹ SACHS: 07.12.2002; THON: 02/2003.

³⁸² STEPHAN: 19.08.2000.

welche Erleichterungen versprechen, sobald ein Objekt öffentlich zugänglich ist.³⁸³ Die Bandbreite reicht vom Sparen der Erbschaftssteuer bis hin zum kompletten Abzug des Kaufpreises vom zu versteuernden Einkommen - was in Kanada und den USA erfolgen kann, sobald der Sammler das Werk einem Museum übereignet, selbst wenn ihm das Museum gehört: Es muss nur als gemeinnützig anerkannt sein.³⁸⁴

Zuletzt soll aber auch nicht verschwiegen werden, dass es auch eine gewisse Anzahl von Stiftungen und Schenkungen gibt, deren Donatoren ausdrücklich nicht genannt zu werden wünschen.³⁸⁵ Ebenso werden Werke oder ganze Sammlungen der Öffentlichkeit zugänglich gemacht, ohne dass diese erfährt, welche Sammlerpersönlichkeit sich hinter dem Kunstwerk verbirgt. Dieses Verhalten hat sicherlich nicht nur die persönliche Diskretion als Grund, sondern dient auch dem Schutz vor Verbrechen (oder unliebsamen Händler- und Auktionskontakten).³⁸⁶

Angesichts leerer öffentlicher Kassen kommt sicherlich dem Engagement von Sammlern eine besondere Bedeutung zu: „In den letzten Jahrzehnten ist weit mehr von privater als von öffentlicher Hand gesammelt worden, häufig auch bessere Kunst“, so der Berliner Sammler Rolf Hoffmann.³⁸⁷

2.2.3.1 Unternehmenssammlungen

Es gibt mittlerweile eine ganze Reihe in der Fachwelt vielbeachteter Unternehmenssammlungen, die zwar vielleicht nicht mehr den individuellen Charme mäzenatischen Engagements ausstrahlen, aber durch zunehmende Professionalisierung zu einem kontinuierlichen Nachfragepotential auf dem Kunstmarkt anwachsen.³⁸⁸

³⁸³ Vgl. 3.1.1 – *Zoll, Steuern, Kulturgutschutz* zu Steuervorteilen sowie 4.1.5 – *Museale Dokumentation* zur Wertsteigerung.

³⁸⁴ BARKER/RUMP: 15.03.2003.

³⁸⁵ MILDENBERGER: 08/2002.

³⁸⁶ Ein Extrembeispiel ist der Sammler oder die Sammlerin, welcher seinen/ihren Kunstbesitz in den Räumen der fürstlichen Fürstenbergischen Kunstsammlungen in Donaueschingen der Öffentlichkeit anonym präsentiert hat. Die Sammlung wurde nach des Sammlers/der Sammlerin Sternzeichen „Pisces“ genannt (VALENTIN: 11./12.01.2002; HERSTATT: 23.05.2002; VALENTIN: 24./25.05.2002-2; VALENTIN: 9./10.08.2002).

³⁸⁷ KUHN: 06./07.11.2000.

³⁸⁸ RUMP: 17.11.2001. Bezeichnenderweise ist der größte deutsche Sammler die Deutsche Bank (STUDER: 04./05.06.1999). Dient die Sammlung als „Spielplatz für Vorstände“, kann sie zwar

Grund für die Sammlungstätigkeit eines Unternehmens ist neben der Öffentlichkeitswirkung, der Vermittlung der Unternehmenskultur, auch die Identitätsbildung und die Mitarbeitermotivation.³⁸⁹ Und im wirtschaftlichen Wettbewerb sind heute nicht nur Unternehmen, welche sich direkt an den Endverbraucher wenden, gefordert, ein eigenes Gesicht zu zeigen, sondern zunehmend auch Hersteller von Vorprodukten.³⁹⁰

Eine effektive Firmensammlung kann ein Mittel einer zurückhaltenden, leisen und indirekten Unternehmenskommunikation sein.³⁹¹ Sie zeigt (auch regionales) Herkommen und Ziele des Unternehmens und soll eine eindeutige, vom Wettbewerb abgrenzbare Unternehmenskultur etablieren.³⁹² Wichtigster Aspekt ist für das Unternehmen daher die Beeinflussung des Firmenimages, welches von den Imagekriterien von bildender Kunst wie Kompetenz, Prestige, Glaubwürdigkeit und Exklusivität profitieren soll.³⁹³ „Support of the arts serves the arts as a social lubricant,“ gibt der EXXON-Manager Robert Kingsley als Zielrichtung der Sammlungstätigkeit seines Unternehmens an.³⁹⁴

Dadurch zeigt sich in der Ausprägung derartiger Sammlungen auch jede Veränderung unternehmerischen Selbstverständnisses: Waren früher traditionsstiftende oder auch -bezogene Objekte gefragt, so änderte sich dies im Laufe der 1980er Jahre. Der Aspekt von Kunst als Teil des Lebensstils und die Erweiterung auf den intellektuellen Statusgehalt brachte eine Konzentration auf moderne und zeitgenössische Kunst mit sich.³⁹⁵

Denn gleichzeitig gab es im Wirtschaftsleben einen generellen Umbruch, zu dem der erstarkende Berufsstand der Unternehmensberater beigetragen hat: Überkommenes

durchaus individuellen Charme besitzen; eine Sammlungstätigkeit als kulturelles Engagement ist aber auf lange Sicht nur dann erfolgreich, wenn sie vom ganzen Unternehmen getragen und damit entpersonalisiert wird (GROSZ/DELHAES (1999): 15; vgl. HERMANN (2002): 22).

³⁸⁹ WYSS (2000): 146; WÜRTH (2002): 143f.; GOODROW (2002): 78f., BLANKE (2002): 53f.; STADEL: 18.05.2002.

³⁹⁰ BLANKE (2002): 14.

³⁹¹ ZENTGRAF (2002): 217.

³⁹² SCHMIDT-ROHNKE (1993): 291; GOODROW (2002): 78; HENTSCHEL (2002): 118; ZAPP (2002): 195.

³⁹³ MUNDORF-UNKRIEG (1999): 173; WITT (2000): 90; HUMMEL (1992): 17.

³⁹⁴ ULRICH (2000): 73.

³⁹⁵ Vgl. 4.2.1 – *Gemälde*; WILHELM: 29.12.2002.

und Bestehendes wurde als zu trivial und langweilig dargestellt und wahrgenommen, um in einer Zeit der Umbrüche für die „Herausforderungen“ der Zukunft gewappnet zu sein. Inwiefern es sich gerade hierbei um eine „self-fulfilling prophecy“ handelte, die als Überlebensphilosophie von Beratergenerationen erhalten muss, kann hier dahingestellt bleiben. Als ein Instrument, den Puls der Zeit spüren zu können (und dies auch zu zeigen), empfahl sich ein unternehmerisches Kultursponsoring.³⁹⁶ Hierunter fiel auch eine Sammeltätigkeit, und in dieser Kultivierung einer Aufbruchstimmung drängte sich die Beschäftigung mit zeitgenössischer Kunst, mit künstlerischer Avantgarde, geradezu auf.³⁹⁷ So wie die Alten Meister einst gewisse tradierte Wertvorstellungen symbolisierten, so steht heute das Eigentum von und die unterstellte Beschäftigung mit zeitgenössischer Kunst für Aufgeschlossenheit, Offenheit, Modernität und Innovationsbewusstsein.³⁹⁸ Besonders bei jungen Unternehmen wurde zeitgenössische Kunst geradezu zum Firmensymbol, welches das Manko eines altehrwürdigen Firmensymbols wettzumachen in der Lage war: Der Nimbus der Kunst verhilft dem körperlosen Unternehmen, authentisch und nobel zu wirken.³⁹⁹

Dieser unbedingte Willen zur Gegenwart, verbunden mit einer eher additiv-konservativen Ankaufsstrategie führt allerdings auch häufig dazu, dass die Unternehmen entgegen eigener (Neben-) Motive für die Sammeltätigkeit nicht den Investment-Charakter von Kunst berücksichtigen; sie verhalten sich insofern auf dem Kunstmarkt untypisch.⁴⁰⁰ Es wird sich zeigen, wie man in diesen Sammlungen mit dem Altern der Werke, und, falls sich die „Patinafähigkeit“ der Werke herausstellt, der zunehmenden Musealisierung der Sammlung umgeht.⁴⁰¹ Die Historizität dieser Entwicklung wurde jedenfalls schon erkannt und in einer Ausstellung thematisiert.⁴⁰² Ein weiterer, problematischer Aspekt von Unternehmenssammlungen ist der ungewollte Zugewinn, wenn beispielsweise der Sammlung Werke gestiftet werden

³⁹⁶ BRUHN (1991): 21f.

³⁹⁷ Bezeichnenderweise wurde die Unterscheidung zwischen moderner und zeitgenössischer Kunst hierbei vernachlässigt, da beide „Epochen“ in der Wahrnehmung dieser Klientel dasselbe Image besitzen (ULRICH (2000): 24).

³⁹⁸ ULRICH (2000): 25. Gleichzeitig erhält so die Unternehmenstätigkeit auch den Charakter einer Nachwuchsförderung (JACOBSON (1994): 50).

³⁹⁹ ULRICH (2000): 32, 34.

⁴⁰⁰ ULRICH (2000): 28; auf das Betätigungsmotiv der Wertsteigerung weist WITT (2000): 100 hin.

⁴⁰¹ ULRICH (2000): 28.

⁴⁰² „Art & Economy“, 01.03 bis 23.06.2002 in den Hamburger Deichtorhallen.

oder nach einer Fusion zwei Firmensammlungen existieren.⁴⁰³ Die Befürchtung, die Unternehmen könnten in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ihren Kunstbesitz wieder veräußern, um den Rückgang sonstiger Einnahmen zu kompensieren, hat sich bislang nicht bewahrheitet.⁴⁰⁴

Eine interessante Möglichkeit, über das Stadium des Ankaufes hinaus künstlerische Arbeit zu unterstützen und mit diesem Engagement gleichsam den Bogen zum Kunstsponsoring zu schlagen, könnte eine weitergehende Zusammenarbeit zwischen Künstler und Unternehmen sein. Der Künstler arbeitet als Dienstleister für ein Unternehmen, welches das Kunstwerk als Unternehmensprodukt vertreibt. Denkbar ist dies als Prozess auf der Grenze zwischen angewandter Kunst und Design. Andreas Dornbracht, Unternehmer und Kunstförderer wie –sammler, hält diese Zusammenarbeit sogar für geeignet, ein innovativeres Vermarktungssystem als dasjenige des Galeriehandels zu etablieren.⁴⁰⁵

2.2.3.2 Der Händler-Sammler

Ein besonderer Typus des Sammlers ist der sammelnde Kunsthändler bzw. der als selbstständiger Vermittler agierende Sammler. Dieser Personenkreis hat dem Privatsammler einige Vorteile voraus: Die Betätigung im Kunsthandel ermöglicht dem Sammler einen hervorragenden Überblick über den Markt und einen leichteren Zugang zu den Ressourcen. Eine Qualitätsverbesserung der Sammlung im Wege des Austauschs einzelner Stücke fällt ebenfalls leichter, da seine Handelstätigkeit dem Sammler seine eigene Absatzmöglichkeit bietet. Letztlich hat der Händler auch in aller Regel bessere Kontakte zu Museen, was sich nicht nur in der Absatzmöglichkeit niederschlägt, sondern auch die Unterbringung der eigenen Sammlungsgegenstände in Sonderausstellungen erleichtert.

Ein gutes Beispiel für den Händler-Sammler ist sicherlich Heinz Berggruen, der seine Galerie 1980 schloss und seine Privatsammlung teilweise an Berliner Museen,

⁴⁰³ GONZALEZ: 2001.

⁴⁰⁴ BUCK: 16.10.2002; VALENTIN: 30.10.2002.

⁴⁰⁵ DORNBRACHT (2002): 97ff.

teilweise über eine Auktion verkauft hat.⁴⁰⁶ Er selbst gab später zu, er habe zuweilen das Gefühl gehabt, er betreibe die Galerie nur als Vorwand, die eigene Sammlung weiter auszubauen: „Ich war mein bester Kunde“.⁴⁰⁷ Man weiß nicht, ob diese Leidenschaft noch lebt, denn seine noch andauernde Händlertätigkeit findet in aller Diskretion.⁴⁰⁸

Ein weiterer Vertreter ist Charles Saatchi, der seit 1985 junge Kunst angekauft hat, sie mittels großangelegter Ausstellungen bekannt gemacht und seit 1989 schubweise wieder verkauft.⁴⁰⁹ Sein Verhalten ließ eine Aura eines „Talententdeckers“ entstehen; Saatchi war für viele Jahre tonangebend in Fragen der Anerkennung junger Künstler.⁴¹⁰ Aber auch auf die Sammeltätigkeit hatte er großen Einfluss; der Geschmackswandel in weiteren Kreisen des britischen Mittelstandes, welcher heute für den Platz über dem Sofa auch ein zeitgenössisches Werk statt eines Altmeistergemäldes in Betracht zieht, wird zum Teil Saatchis Einfluss und seiner Begabung, die Welt der zeitgenössischen Kunstproduktion der Öffentlichkeit als „hip“ darzustellen, angerechnet.⁴¹¹ Er konnte Christie's dazu bewegen, diese Großausstellungen in Museen finanziell zu unterstützen – im Gegenzug belieferte Saatchi die Auktionen des Hauses mit moderner und zeitgenössischer Kunst.⁴¹² Seine eigene Galeristentätigkeit wurde für einige Jahre von einem eigenen Museum im Gebäude des ehemaligen Londoner Stadtparlaments unterstützt - in unmittelbarer Nachbarschaft der staatlichen „Tate Modern“, als deren Konkurrent in Fragen der Wertigkeit von Kunstwerken und Künstlern sich Saatchi damit demonstrativ endgültig etabliert hat.⁴¹³

In gewisser Weise ist auch der Eigentümer von Christie's, Francois Pinault, ein Händler-Sammler, bringt er doch seine Privatsammlung in eine Stiftung ein, welche

⁴⁰⁶ Vgl. 5.3.2.2 – *Garantieversprechen* ; BERGGRUEN (1996): 98; STÖLZL: 06.01.2004.

⁴⁰⁷ BERGGRUEN (1996): 208.

⁴⁰⁸ HERCHENRÖDER: 07./08.02.2003.

⁴⁰⁹ COLLINGS (1997): 14ff.; BROUGHTON: 07.12.1999; THIBAUT: 2002.

⁴¹⁰ BAYLEY: 09.03.2003; ALLEYNE: 28.02.2004; GROPP: 13.03.2004.

⁴¹¹ BAYLEY: 09.03.2002.

⁴¹² COLLINGS (2001): 84ff.; 4.1.5 – *Museale Dokumentation*. Um den Preisverfall seiner eigenen Werke zu verhindern, kaufte Ende 2003 Damian Hirst, Hauptvertreter der von Saatchi etablierten Brit Pop Art, zahlreiche seiner eigenen Werke aus der Sammlung/Galerie Saatchi zurück (ALBERGE: 26.11.2003; GRAFF: 27.11.2003)

⁴¹³ BAYLEY: 09.03.2003; MADDOCKS: 27.03.2003; PIETSCH: 04/2003; JURY: 17.03.2004; GAYFORD: 18.03.2004; KENNEDY: 23.03.2004.

die Werke zwar im eigenen Museum ausstellt, aber juristisch derart gestaltet ist, dass sie ihre Werke auch wieder verkaufen kann.⁴¹⁴

Die Bewertung dieser Vorgehensweise hängt vom Standpunkt ab. Private Sammler verurteilen die geschäftsmäßige Herangehensweise, die sie hinter z. B. Saatchis Sammlertätigkeit zu erkennen glauben. „Sammeln ist doch kein Beruf. Sammeln ist eine Passion,“ befindet der Berliner Sammler und Stifter Hartwig Piepenbrock.⁴¹⁵ Wird die Handelstätigkeit dagegen diskret gehandhabt, so kann es zu ihrer totalen Nichtbeachtung kommen, wie bei dem Basler Kunsthändler Ernst Beyeler.⁴¹⁶

Händler hingegen sind eher angetan von der Offenheit, mit der ein Sammler wie Saatchi Marktmechanismen nutzt. „Charles is aware of the marketability of art,“ so die Londoner Kunsthändlerin Victoria Miro, „other collectors want to hide that side of their activity“.⁴¹⁷ Hier spielt sicherlich auch der Umstand eine Rolle, dass Saatchi seit Beginn seiner Verkaufstätigkeit sehr eng mit mehreren großen Galerien zusammenarbeitete.⁴¹⁸

Eher die negative Seite zeigte der Prozess der Erben des Malers George Grosz gegen dessen früheren Galeristen Serge Sabarsky: Die Erbgemeinschaft warf Sabarsky vor, er habe vom Künstler Werke zum Weiterverkauf übernommen, diese aber in Wirklichkeit seiner eigenen Sammlung einverleibt. Dem Künstler wurde dann ein jeweils fiktiver Galeristen-Einkaufspreis, welcher unter dem Marktwert der Bilder lag, berechnet. Zur Auszahlung kamen dann allerdings nur 63% dieser Preise, da Sabarsky auch seine eigene Vermittlungskommission einbehielt.⁴¹⁹ Eine ähnliche Vorgehensweise legte Herwarth Walden an den Tag, Berliner Galerist der Zwischenkriegszeit: Die Auszahlung des Verkaufserlöses einiger Bilder von Marc Chagall ließ so lang auf sich warten, dass der Maler vom Betrag der Ausschüttung

⁴¹⁴ STEPHAN: 18.11.2000; BROOKS: 12/1999-1/2000; GRIMM-WEISSERT: 26./27.10.2001.

⁴¹⁵ LABUSCH: 2000-1.

⁴¹⁶ MAYERLE: 03.11.2001. Ein weiteres Beispiel ist die 2002 verstorbene, New Yorker Händlerin Holly Salomon, deren Galerie aus einem alternativen Salon mit Kunstaussstellungen, Dichterlesungen, Performances und Konzerten hervorging (ZEITZ: 15.06.2002).

⁴¹⁷ Vgl. 2.3.3.2 – *Der Händler-Sammler*; BURN: 14.04.2000.

⁴¹⁸ THIBAUT: 2002

⁴¹⁹ WADLER: 30.08.2001; KRAMER: 10/2001.

aufgrund der Inflation nur noch eine Straßenbahnkarte kaufen konnte. Einige der verkauften Bilder fanden sich später in Waldens Privatsammlung.⁴²⁰

Eine weitere Sorte des professionalisierten Sammlers ist der Prominente, der sammelt und Teile (oder Epochen- bzw. Werkgruppen) seiner Sammlung in regelmäßigen Abständen und unter Ausnutzung seiner Prominenz verkauft. Das beste Beispiel ist Karl Lagerfeld. Der französische Modeschöpfer deutscher Abkunft hatte schon 1975 seine Art-Déco-Sammlung im Hotel Drouot verkauft.⁴²¹ 1991 folgte der Verkauf der Memphis-Sammlung bei Sotheby's, im Jahr 2000 dann die der französischen Möbel des 18. Jahrhunderts bei Christie's.⁴²² Weitere Auktionen waren der Verkauf seiner Sammlung modernen Designs 2000 bei Christie's und seiner Art Deco Sammlung 2003 bei Sotheby's – jeder Erlös wurde für Neuerwerbungen genutzt.⁴²³ Denn ein typisches Kennzeichen dieser Sorte von Händler-Sammlern ist, dass sie sich mit dem Erlös des Verkaufes einem neuen Sammelgebiet widmen möchten. Dies geschieht zu einem Zeitpunkt, zu dem ein Bruchteil des Ertrages der Sammlung des alten Gebietes ausreicht, um sich eine Sammlung in einem neuen Gebiet aufzubauen.⁴²⁴

Der angelsächsische Kulturkreis hat für diese Personengruppe den Ausdruck „dealer-collector“ geprägt. In der öffentlichen Wahrnehmung ist dies eine Negativbeschreibung, da bei dieser Gattung Sammler das Profitdenken über dem Sammlerbegehren steht.⁴²⁵ Normalerweise sorgt die prominente Provenienz für eine Wertsteigerung der Objekte. Zeugen Sammlungs Aufbau und –verkauf aber zu sehr von der „Stop-and-Go-Mentalität“ des Sammlers kann sich dies auch in niedrigeren Verkaufspreisen der Werke niederschlagen.⁴²⁶ Eine Ausnahme kann vorliegen, wenn es sich beim „dealer-collector“ um einen Galeristen handelt und der Markt dessen Gespür für Entwicklungen der Kunst honoriert, die Sammlungsgegenstände für

⁴²⁰ PRESLER: 02/2003.

⁴²¹ DUPONCHELLE/ROCHEBOUET: 15./16.01.2000; ERBSLÖH: 18.01.2000.

⁴²² HOLLIDAY: 18.01.2000; ALBERGE: 19.01.2000; GIBBONS: 19.01.2000.

⁴²³ MEYLAN: 26.01.-01.02.2000; PRAT: 05.02.2000; GRIMM-WEISSERT: 29./30.09.2000; DECOUTY: 21./22.10.2000; HERCHENRÖDER: 14./15.03.2003-1.

⁴²⁴ HERCHENRÖDER: 02./03.02.2001.

⁴²⁵ HÄNDLER: 7/2001; HAUSCHILD: 7/2001.

⁴²⁶ HERCHENRÖDER: 12./13.11.1999. Diese These wurde eindrucksvoll bestätigt durch die Auktion der Berggruen-Stücke bei Phillips in New York, vgl. 5.3.2.2 - Garantieversprechen.

wichtig und gut gewählt erachtet und deswegen „trotzdem“ kauft.⁴²⁷ Der Kunsthistoriker und Kunstmarktanalyst Walter Grasskamp sieht denn auch die Entwicklung zum „dealer-collector“ als Zeichen dafür, dass die Grenze zwischen Privatsammler und Händler zunehmend verschwindet⁴²⁸ - zum Nachteil des Letzteren.

Händler-Sammler müssen über den Willen zum Wiederverkauf verfügen, um persönliche Besitzwünsche zu überwinden – am besten in Form einer merkantilen Rotation.⁴²⁹ Der Kölner Galerist Rolf Ricke befürchtet jedoch, dass ein Galerist besser nicht sammeln sollte - ein Wirt dürfe schließlich auch nicht seine besten Schnäpse trinken.⁴³⁰

Fazit zu **2.2 Inhaltliche Kunstvermittler**: *Die inhaltlichen Kunstvermittler haben dazu beigetragen, dass sich die Struktur des Marktes seit der Mitte des 20. Jahrhunderts entscheidend verändert hat. Die neue Rolle der Museen, verbunden mit einer allgemeinen Mittelknappheit, hat dazu geführt, dass man nicht nur seine Räumlichkeiten für kommerzielle Ausstellungen und Vorbesichtigungen vermietet, sondern auch in hohem Maße die eigene Sammlung durch Leihgaben aus Privatbesitz ergänzt.*

Der Sammler nutzt diese Entwicklung, um (mit Folgen für den Marktwert der Kunstwerke und die eigene Steuerpflichtigkeit) sich und seine Sammlung der Öffentlichkeit vorzustellen; Unternehmenssammlungen haben dieses Prinzip unter Gesichtspunkten der Public Relations optimiert.

⁴²⁷ Ein gutes Beispiel für einen eher handelnden Sammler war Henri Nannen. Der Herausgeber des „Stern“ gründete 1979, ein Jahr vor seiner Pensionierung, einen Kunsthandel, um sein Sammlerleben professionalisiert weiterführen zu können. Nannens Tätigkeit war allerdings nur eingeschränkt erfolgreich; er verkaufte insgesamt nur rund 25 Bilder. Ein einschneidendes Erlebnis war für ihn der Handel mit Erich Heckels „Rotes Haus“. Angekauft für DM 130.000,- verkaufte er es an einen Galeristen für DM 180.000,- weiter und war der Meinung, ein gutes Geschäft gemacht zu haben. Kurze Zeit später sah er das Bild bei einem Privatsammler, der es für DM 600.000,- erworben hatte und davon überzeugt war, einen günstigen Kauf getätigt zu haben. Nach diesem Erlebnis beschränkte Nannen seine Tätigkeit wieder auf das Sammeln; seine Sammlung hängt seit 1986 in der von ihm maßgeblich geförderten und finanzierten Kunsthalle Emden (REITZ (1998): 136 f.).

⁴²⁸ GRASSKAMP (2002): 68.

⁴²⁹ THURN (1994): 241.

⁴³⁰ SACHS: 11.08.2002.

Die Berichterstattung spiegelt ein zunehmendes Interesse am Kunstmarkt wieder. Ihr Einfluss auf die Beurteilung von Kunstwerken und Künstlern und damit auch auf deren Marktrelevanz und Preisniveau ist größer denn je. Die Ausweitung der Berichterstattung hat zur Folge, dass man in gestiegenem Maße auf die journalistische Arbeit von am Markt teilnehmenden Personen sowie die Vorleistungen von Öffentlichkeitsabteilungen von Kunstmarktunternehmen und –organisationen zurückgreift.

Diese Entwicklungen haben den nicht-kommerziellen enger denn je mit dem kommerziellen Teil des Marktes verzahnt. Nutznießer sind vor allem die großen Auktionshäuser, welche einerseits mit interessanten Objekten und entsprechenden Vermarktungsstrategien das Medieninteresse in besonders hohem Maße auf sich ziehen können und andererseits eine Verbindung zwischen einem Kunstwerk aus einer Privatsammlung und dessen Leihe an ein Museum besonders lukrativ auszunutzen in der Lage sind.

3. Grundlagen und Rahmenbedingungen

3.1 Organisatorische Grundlagen

3.1.1 Absatzformen

Güter werden über Märkte zugeteilt, wobei das Verhältnis von Angebot und Nachfrage die Preise bestimmt. Handelt es sich bei den Gütern nicht um Stücke, die in größerer Zahl zur Verfügung stehen, sondern um Einzelstücke, herrscht zwischen Anbieter und Nachfrager eine asymmetrische Informationsverteilung, da nur jeder einzelne Nachfrager seine private Zahlungsbereitschaft kennt, der Anbieter jedoch auf Erfahrungen und Vermutungen über die maximale Zahlungsbereitschaft der Nachfrager beschränkt ist. Findet ein Einzelstück mehr als einen Interessenten, handelt es sich um ein knappes Gut.

Der Anbieter hat prinzipiell zwei Möglichkeiten, den Absatz zu organisieren: Als Monopolist kann er das einzelne Gut einpreisen und auf den Nachfrager warten, der das Stück zum festgelegten Preis erwirbt, oder aber den Wettbewerb zwischen den Nachfragern nutzen und die Kaufpreisbestimmung der Abgabe von Preisofferten der Käufer überlassen.⁴³¹ Die erste Alternative wird vom Handel angewendet, die zweite von den Auktionshäusern.

Der im Wege einer Auktion ermittelte Preis des Guts ist der sog. "Schattenpreis", der Schatten also, den die Knappheit des Guts auf das Kaufbegehren der anderen Bieter wirft.⁴³² Allerdings kann auch ein Auktionspreis ohne Konkurrenz zustande kommen, nämlich dann, wenn es nur einen einzigen Interessenten gibt, welcher das Objekt zum Limitpreis erwirbt. Aufgrund dieses Falles muss man feststellen, dass die Publikation von Auktionspreisen zur Erhöhung der Transparenz nicht bedeutet, dass diese durch Konkurrenz entstanden sind.⁴³³

⁴³¹ KRÄKEL (1992): 8.

⁴³² BONUS/RONTE (1997): 164.

⁴³³ FEHSEL: 07/2000.

3.1.2 Auktionsformen

Bei der Auktion konkurrieren die einzelnen Käufer, die Bieter, miteinander, indem sie Preisangebote abgeben. Der Käufer und der endgültige Kaufpreis werden nach Abgabe der Gebote über ein vorher (in den Bedingungen des Auktionshauses festgelegtes) Regelwerk ermittelt. Bei diesem Regelwerk handelt es sich um die Auktionsform, welche für jeden Zweck maßgeschneidert werden kann.⁴³⁴ Unter den sechs Auktionsformen haben sich für die Kunstauktion vier verschiedene Haupttypen durchgesetzt:⁴³⁵

1. Bei einer „Englischen Auktion“ werden von den Bietern offen sukzessiv höhere Gebote genannt, bis ein Gebot von keinem Bieter mehr überboten wird. Der Verkäufer kann den Ausgangspunkt der Gebote durch einen Mindestpreis, das Limit, festlegen. Jeder Bieter darf mehrfach bieten.
2. Wird der Höchstpreis vom Verkäufer festgesetzt und in der Auktion schrittweise reduziert, bis ein offenes Gebot ergeht, spricht man von einer „Holländischen Auktion“.⁴³⁶
3. Bei einer „Vickrey-Auktion“ darf jeder Bieter nur ein verdecktes Gebot abgeben. Der Bieter des höchsten Gebots erhält das Lot zum Preis des nächstniedrigeren Gebots.

⁴³⁴ RAUNER: 27.07.2000; BOLDOVANU: 29.07.2000.

⁴³⁵ Hierbei handelt es sich um ein empirisches Phänomen, welches nach KRÄKEL (1992): 42 damit zu begründen ist, dass diese vier Formen dem Verkäufer mathematisch nachweisbar den maximalen Verkaufsgewinn erbringen. Weitere Modelle sind das „Auktionsmodell bei Qualitätsunsicherheit“ bei dem der objektive Wert des Guts vorhanden aber zum Zeitpunkt der Auktion noch nicht ermittelbar ist; so z. B. Schürfrechte sowie das „Milgrom-Weber-Modell“, welches die Grundstrukturen der beiden anderen Modelle verbindet und nach dem das Gut zwar einen „bieterinternen“ Wert hat, dieser aber auf Grundlagen beruht, welche dem Bieter noch nicht bekannt sind (KRÄKEL (1992): 95).

⁴³⁶ RAUNER: 27.07.2000. Daher kann nicht nur jeder Bieter nur ein Gebot abgeben, im Idealfall ist die Auktion sogar nach Abgabe des ersten Gebots beendet. Bieten zwei Personen identisch, wird in aller Regel zur „Englischen Auktion“ übergegangen, um unter diesen beiden Bietern den Kaufpreis festzulegen. In Deutschland ist die „Holländische Auktion“ nicht zulässig, da sie in Ermangelung einer „Steigerung“ keine Versteigerung i. S. d. Versteigerungsverordnung ist (FACKLER/KONERMANN (1991): 10).

4. Wird nach Abgabe von jeweils einem verdeckten Gebot dem Meistbietenden das Lot zum Preis seines Gebots zugeschlagen, spricht man von einer „Höchstpreis“- oder „stillen Auktion“.

Bei der Auswahl der Auktionsform sind mehrere Aspekte zu beachten. Hauptziel ist natürlich die Gewinnmaximierung. Rein rechnerisch wird dieses durch alle vier Formen in identischem Umfang erreicht.⁴³⁷ Allerdings ist zu beachten, dass in der Kunstauktion die Bieterstruktur asymmetrisch ist, da von einzelnen Bietern möglicherweise bekannt ist, dass sie vermögend sind oder Werke eines bestimmten Künstlers sammeln und daher höher bieten als die anderen Bieter bei diesem Objekt. Unter diesen Voraussetzungen wird die Gewinnmaximierung mathematisch gesehen aber nur von der „Englischen Auktion“ und der „Vickrey-Auktion“ unverändert sichergestellt.⁴³⁸

Sicherlich rührt die Tatsache, dass seit den Anfängen des Kunsthandels Kunstauktionen immer in der Form der „Englischen Auktion“ durchgeführt wurden, eher daher, dass man sich von der öffentlichen Durchführung einen Werbeeffect versprach, der die Zahl der Bieter, aber auch die Bekanntheit des Auktionshauses steigern sollte. Interessant ist hierbei, dass spätere mathematische Forschungen die Richtigkeit dieser Wahl auch bezüglich der Gewinnmaximierung bestätigen.⁴³⁹

Bei schriftlichen Geboten handelt es sich nicht um eine „Höchstpreisauktion“ (im Rahmen einer „Englischen Auktion“). Zwar gibt jeder Bieter nur ein schriftliches Gebot ab, da eine erneute Abgabe eines erhöhten Gebots nur als Erhöhung des Ursprungsgebots zählt.⁴⁴⁰ Der Zuschlag erfolgt allerdings nicht zwingend in der Höhe des Gebots. Das schriftliche Gebot ist vielmehr ein Auftrag an den Auktionator, für

⁴³⁷ Sog. Revenue-Equivalence Theorem.

⁴³⁸ D. h. das Revenue-Equivalence Theorem gilt bei asymmetrischer Bieterstruktur nicht (KRÄKEL (1992): 50).

⁴³⁹ KRÄKEL (1992): 50f. Als Ausnahme dieser Regel plante Sotheby's Mitte der 1990er Jahre, in New York Spezialauktionen günstiger Warengüter als "Holländische Auktionen" durchzuführen. Hier sollte der Preis jeden Tag um 2% sinken. Dieses Vorhaben wurde jedoch nicht umgesetzt (LACEY (1998): 357).

⁴⁴⁰ Der entscheidende Zeitpunkt ist der Aufruf des Lots, mit dem dessen Versteigerung beginnt. Dann nämlich liegt nur noch das höchste Gebot eines Bieters vor, unabhängig davon, wie viele niedrigere er abgegeben hat.

den abwesenden Bieter mitzubieten.⁴⁴¹ Somit erhält der schriftliche Bieter den Zuschlag, sobald kein anderer (schriftlicher oder Saal-) Bieter mehr mitbietet, solange dieser Betrag noch vom schriftlichen Gebot gedeckt ist.

Auktionen im Internet sind ebenfalls „Englische Auktionen“.⁴⁴² Die Öffentlichkeit der Gebotssituation wird dadurch hergestellt, dass die Höhe des aktuell höchsten Gebots auf der Website dargestellt wird.⁴⁴³

Fazit zu **3.1 Organisatorische Grundlagen**: *Im Idealfall wird der Preis eines im Wege der Auktion angebotenen Objekts durch die Konkurrenz der Nachfrager ermittelt; die auf dem Kunstmarkt verwendete Auktionsform der „Englische Auktion“ ist dabei eines von zwei Durchführungsmodellen, welche mathematisch nachweisbar die höchsten Erlöse erbringen.*

Dies bedeutet aber keineswegs die theoretische Überlegenheit des Allokationsprinzips Auktion gegenüber dem Handel: Ein Auktionszuschlag kann auch ohne Konkurrenz zustande kommen. In diesem Fall wird der Preis durch das Limit bestimmt, welches vor der Auktion vom Verkäufer festgelegt wurde – rein theoretisch ein identischer Vorgang zur Einpreisung durch den Händler. In den Fällen, in denen der Händler einen Nachfrager findet, der bereit ist, den geforderten Preis zu zahlen, gibt es keinen strukturellen Vorteil der Auktion.

3.2 Ökonomische Interdependenzen

Der Kunstmarkt sieht Kunstwerke primär als Ware. Da das Kunstwerk zur Verbreitung und zur Rezeption geschaffen wird und der Künstler vom Ertrag leben muss, sind aber Ware und Markt ein einheitlicher Organismus. Es ist eine Fehleinschätzung, erst gebe es die Kunst, welcher später durch den Markt der Warencharakter hinzugefügt werde – nicht der Markt ist die Schnittstelle zwischen

⁴⁴¹ Gem. §662 BGB.

⁴⁴² LOVENBERG: 06.03.1999.

⁴⁴³ Einige Unternehmen versteigern im Internet nach dem Modell der „Holländischen Auktion“, so z. B. der Autovermieter Sixt, der seit 1999 unter www.sixt.de seine ausgesonderten Fahrzeuge anbietet. Einzig das Internetauktionshaus eBay gestaltet seine Versteigerungen nach dem Modell der „Höchstpreis-/stillen Auktion“ (DECKER: 5/1999).

Kunst und Markt, sondern der Vermittler, welcher die Brücke schlägt zwischen Kunstsystem und Wirtschaftssystem.⁴⁴⁴

Dieser Markt ist ein Wettbewerbsmarkt und damit von dem Verhältnis von Angebot und Nachfrage bestimmt.⁴⁴⁵ Vor allem Galerien wissen um das zyklische Kaufverhalten der Sammler, das sich eng an das ökonomische Umfeld anlehnt und ihre Existenzfähigkeit bestimmt.⁴⁴⁶ Über den Einfluss der wirtschaftlichen Lage auf den Kunstmarkt existieren diverse Theorien; der Wechselwirkung zwischen Kunst und Wirtschaft wurde zudem bereits eine eigene Ausstellung gewidmet.⁴⁴⁷

Dass Kunst eine Ware ist, kann man nicht nur an den Meldungen über Rekordverkäufe einzelner Kunstwerke erkennen. Der Europäische Gerichtshof hat schon 1968 Kunst als Ware definiert, sobald das Erzeugnis einen Geldwert besitzt und deshalb Gegenstand eines Handelsgeschäftes sein kann.⁴⁴⁸

Diese Ware hat einerseits zwei Wertigkeiten, die ästhetische und die finanzielle. Beide sind in ihr selbst begründet und durch eine enge Interdependenz miteinander verbunden.⁴⁴⁹ Andererseits möchte der Käufer durch den Erwerb eines Kunstwerkes einen Nutzen realisieren. Auch dieser hat zwei Seiten, eine ästhetische und eine finanzielle.

3.2.1 Vom Wert der Kunst

Als Ware ist das Kunstwerk einerseits ein dauerhaftes Konsumgut, andererseits aber auch ein Sachwert, der auf die Investitionssumme eine Rendite erzielen kann.⁴⁵⁰ Da ein objektiver Wert eines Kunstwerkes nicht ermittelbar ist, behilft sich die Ökonomie mit der subjektbezogenen Entscheidung über die Wertzumessung, die sich in der individuellen Zahlungsbereitschaft am Markt niederschlägt. Das Kunstwerk

⁴⁴⁴ DÖRSTEL (2002): 14f.

⁴⁴⁵ POMMEREHNE/FREY (1993): 102f.

⁴⁴⁶ WILKE: 02/2001.

⁴⁴⁷ "Art & Economy", vom 01.03. bis zum 23.06.2002 in den Hamburger Deichtorhallen (BERNDT: 08/09.03.2002).

⁴⁴⁸ EuGH, Urteil vom 10.12.1968, Rs. 7/68, S. 642.

⁴⁴⁹ BAECKER (2001): 12ff.; HEIN (2003): 68ff.

⁴⁵⁰ KLEIN (1993): 8.

trägt also zwei Wertigkeiten in sich: Den ästhetischen Wert, der als Potential im Werk enthalten ist und sich am einfachsten unter dem Begriff der künstlerischen Qualität subsumieren lässt, und den Handelswert.⁴⁵¹

Beide Werte stellen keine Konstanten dar, sondern unterliegen mannigfaltigen Einflüssen. Eher dauerhaft ist die Bewertung der Ausführungsqualität. Die künstlerische Qualität steigt jedoch häufig, wenn der Künstler sich vom kunsthistorischen Formalismus entfernt hat und in seinem Werk die „Lebenswirklichkeit“ einbezieht.⁴⁵² Der Kunsttheoretiker Erwin Panofsky prägte mit „Idea“ den Begriff der künstlerischen Idee, die zum Eigentlichen des Werkes wird und so die handwerkliche Ausführung zurückdrängt.⁴⁵³ Derartige künstlerische Qualität ist keine feste Größe, sondern wird durch die Einschätzung von Experten widerspiegelt. Deren Kriterien wiederum unterliegen dem gesellschaftlichen Wandel.⁴⁵⁴ Daher kann ein einstmals gefeierter Künstler Anerkennung verlieren, wenn man feststellt, dass sein Werk keine Antworten mehr auf die Fragen einer veränderten Umwelt geben kann.⁴⁵⁵ Umgekehrt werden durch diese Veränderungen aber auch unterschätzte Künstler wiederentdeckt und neu bewertet.⁴⁵⁶ Generell kann man feststellen, dass zur Bewertung ein gewisser Abstand nötig ist - in erster Linie zeitlicher Art.⁴⁵⁷ Bei jedem Werk kommt irgendwann der Zeitpunkt, zu dem es in eine Ahnengalerie gerückt wird und sich seinem Anspruch gemäß neben den Größen

⁴⁵¹ Im Gegensatz zu dieser ökonomisch geprägten Sichtweise fordern zeitgenössische Kunstkritiker die totale Trennung von Kunst und Ästhetik, da letztere stets von außen an den „raison d’être“ der Kunst herantrete und das Wesen des Kunstwerks überdecke. In der Folge entstehe „nur“ Dekoration. Besonders bei formalistischer Kunst wie Malerei und Skulptur wird diese Haltung deutlich: Nach KOSUTH (1981): 149ff. werden diese Werke nur dank Ihrer Ähnlichkeit mit früheren Kunstwerken als Kunst angesehen. Vertretbar sei dies nur bei Werken, deren „raison d’être“ (auch) in der Dekoration liegt.

⁴⁵² HÖLSCHER (1995): 13.

⁴⁵³ PANOFSKY (1993): 20ff.

⁴⁵⁴ BONUS/RONTE (1995): 10ff.

⁴⁵⁵ RONTE (1998): 26 schreibt beispielsweise über „Den Mann mit dem Goldhelm“, der lange für ein authentisches Werk von Rembrandt gehalten wurde: „Das Bild vermittelt Aussagen, die der Künstler selbst gar nicht gekannt haben kann“.

⁴⁵⁶ BARTELS: 4/1990. Die Frage nach der Rezeptionsfähigkeit kann hierbei unbeantwortet bleiben. Da der Künstler mit Symbolen arbeitet, die sich von denen der Umwelt unterscheiden, ja die Umwelt „entstellen“ (KUSPIT (1995): 92), ist zu deren Entschlüsselung Bildung und/oder Übung nötig (BOURDIEU (1983): 173ff. spricht von „Kunstkompetenz“). Gerade diese aber hat der „kleine Verteilerkreis“ (RONTE (1998): 37) der Experten. Die Rezeptionsfähigkeit der Gesellschaft ist für die Einordnung der künstlerischen Qualität zunächst nicht gefragt. Sie kann allerdings Auswirkung auf den Handelswert haben. Für den einzelnen Käufer kann seine persönliche Rezeptionsfähigkeit zudem die Voraussetzung für einen ästhetischen Nutzen und damit Kaufmotiv sein.

⁴⁵⁷ RONTE (1998): 38; GERSTNER: 05/2001.

der Kunstgeschichte behaupten muss. Hans Peter Thurn deutet daher die künstlerische Qualität auch als “Anschlussfähigkeit”.⁴⁵⁸

Der Handelswert ist ein neutraler Marktwert. Er basiert gewissermaßen auf dem ästhetischen Wert, unterliegt aber darüber hinaus allgemeinen gesellschaftlichen Einflüssen, die von der Frage nach der künstlerischen Qualität unabhängig sind. So gibt es “modische Attitüden des Marktes”, die von der Ästhetik der betroffenen Werke entkoppelt und teils auch erst im historischen Rückblick identifizierbar sind.⁴⁵⁹ Ob der Marktwert der Werke eines solchen „Modekünstlers“ von Dauer ist, zeigt sich erst mit großem zeitlichen Abstand.⁴⁶⁰ Zudem werden die Sehgewohnheiten und ästhetischen Vorstellungen von Rekordpreismeldungen beeinflusst, so dass auch umgekehrt der Handelswert den ästhetischen Wert beeinflussen kann.⁴⁶¹

Der New Yorker Galerist und Kunsthändler Leo Castelli glaubte, dass der dauerhafte Markterfolg eines Künstlers ausschließlich auf einem über einen gewissen Zeitraum entstehenden Qualitätskonsens zwischen Galeristen, Museen, Sammlern und Kritikern beruht. Er bezeichnete diese Entwicklung als “geheimnisvoll”.⁴⁶²

Auch einmalige Kunstwerke haben einen ermittelbaren einen Handelswert. Sie sind in aller Regel vergleichbar mit anderen Werken desselben Künstlers aus derselben Schaffensperiode, gearbeitet in derselben Technik und von ähnlichem Umfang und Inhalt. Es handelt sich um eine sog. “Surrogatkonkurrenz”.⁴⁶³ Untrennbar an die künstlerische Qualität ist die Einmaligkeit nicht gebunden – schließlich gibt es von vielen Künstlern geradezu identische Ausführungen desselben Sujets. Dennoch wird dieser Aspekt gern zur Ermittlung des Handelswerts befragt und dann beim (Verkaufs-) Angebot in den Vordergrund gerückt. Hintergrund ist die Haltung, dass

⁴⁵⁸ THURN (1994): 257; THURN (2002-2): 343.

⁴⁵⁹ QUADT (2002): 59; HERSTAT (1999): 29. Es ist historisch nachvollziehbar, dass die Moden in aller Regel rund 10 Jahre andauern (AENGENEYNDT: 03/2004). Der Kunstmarkt wendet sich gegen die Bezeichnung “Mode” im Kunstbereich, da eine Mode die Folge von industrieller Massenproduktion sei und nach selbigen verlange. Kunst hingegen sei das Produkt eines individuellen Arbeitsprozesses. Bei der gewählten Formulierung handelt es sich um einen Vorschlag von BONUS/RONTE (1997): 121.

⁴⁶⁰ QUADT (1996): 109.

⁴⁶¹ KLEIN (1993): 193ff.

⁴⁶² CASTELLI: 12/1998.

⁴⁶³ SCHÜTTE (1974): 1167. Der Käufer hat folglich die Möglichkeit, ein ähnliches Werk zu kaufen, falls er auf einer Auktion unterliegt (Substitutionsmöglichkeit; POMMERHNE/FREY (1993): 138).

“wahre” Schönheit so schwer zu erreichen ist, dass sie sich nicht wiederholen lässt. Hierin liegt auch der Wertvorsprung von tatsächlich einmaligen Kunstgegenständen wie Gemälden gegenüber Mehrfachausführungen wie Porzellanen oder Diamanten begründet – auch wenn Höchstpreise für Großphotos oder von der Warhol-Werkstatt nur in geringem Maße übermalte Siebdrucke die Grenze zunehmend verschwimmen lassen: „Die Auflagenhöhe wird immer weniger wichtig; der Käufer will das Bild, welches auch in der Londoner Tate Gallery hängt“, so der Sammler Josef W. Froehlich.⁴⁶⁴

Speziell bei moderner und zeitgenössischer Kunst kommt zur Frage der Originalität noch hinzu, dass sich die Rezeption nicht (wie beim Kauf sonstiger Güter) zeitlich begrenzen lässt, sondern sich erst nach und nach einstellt – der Handelswert ist somit nicht nur ein Indiz für die künstlerische Qualität, sondern wirkt auf den Sammler wie das Zukunftsversprechen, dass das Eigentliche noch vor ihm liegt.⁴⁶⁵ Diese außerordentlich enge Beziehung von Werk und Handelswert auf dem Kunstmarkt wurde nicht nur in Ausstellungen thematisiert,⁴⁶⁶ sondern wird von der Öffentlichkeit zuweilen gar als Gaukelei des Marktes angesehen und jede Verbindung von ästhetischem und Handelswert geleugnet. Dem Käufer würde eine Ursache vorgetäuscht, wo er nur Zuschauer der Wirkung sei: Picasso und van Gogh seien berühmt, weil ihre Werke viel Geld kosten.⁴⁶⁷

3.2.2 Vom Nutzen der Kunst

Die Preisfestlegung eines Werkes vor dem Verkauf geschieht durch den Verkäufer.⁴⁶⁸

Die Interessen des Käufers fließen nur mittelbar ein, indem sich der Verkäufer am Markt, d. h. an zurückliegenden Verkäufen orientiert. Für den Kauf ist jedoch auch

⁴⁶⁴ FROEHLICH: 12.08.2002; GROPP: 27.05.2000; HERCHENRÖDER: 22./23.12.2000; WINDSOR: 04.02.2001. Davon unabhängig haben sich die Verbände des Kunsthandels, der Kunstschaffenden und des Museumswesens für Werke, die nach 1950 entstanden sind, auf Höchstproduktionszahlen geeinigt: Sammelwürdig sind Werke, deren Gesamtauflage bei Graphiken 300 (einschließlich der Probedrucke), Plastiken 25 (einschließlich Gießerexemplare) und Keramiken 100 Exemplare nicht übersteigt (BEIL (1995): 7).

⁴⁶⁵ ULRICH (2000): 91.

⁴⁶⁶ z. B. “Das fünfte Element – Kunst oder Geld” vom 25.01. bis 14.05.2000 in der Kunsthalle Düsseldorf oder “WertWechsel” vom 28.04. bis 01.07.2001 im Museum für Angewandte Kunst, Köln (STADEL: 12.05.2001; NEBELUNG: 29.05.2001; SCHÜTTE: 06/2001; HERSTATT: 07.06.2001).

⁴⁶⁷ PIEPER: 12/1998.

das Motiv des Käufers von entscheidender Bedeutung. Der Nutzen, den ein Nachfrager auf dem Kunstmarkt realisieren will, kann - entsprechend der doppelten Wertigkeit des Kunstwerkes - sowohl ein ästhetischer als auch ein finanzieller sein.

In der Kunst liegt der Schwerpunkt des Interesses auf dem mythischen und mythologischen Gehalt des Einzelwerkes und der Interaktion zwischen Werk und Betrachter.⁴⁶⁹ Der originäre Gebrauchswert der Kunst realisiert sich nach Walter Benjamin im Ritual. Der ästhetische Nutzen kann daher im Ritual liegen.⁴⁷⁰ Nach Benjamin ermöglicht ein Kunstwerk jedoch nur dann diesen ästhetischen Nutzen, wenn es Aura hat. Diese wird von ihm als Kultwert spezifiziert, der zur Durchführung des Rituals nötig ist. Voraussetzung dieser Aura ist wiederum, dass das Werk einmalig und echt ist. Die Realisierung des ästhetischen Nutzens im Ritual ist somit nur bei Originalen möglich, da die technische Reproduktion natürlich die Einmaligkeit, aber auch die Aura zerstört.⁴⁷¹

Nun kann man bei einer Gesamtbetrachtung des Kunstmarkts feststellen, dass der Verkauf von Originalen nach wie vor die vornehmste und publikumsträchtigste Aufgabe des Handels wie der Auktionshäuser ist. Die vergleichsweise wenigen Originale werden aber häufig nach Katalogphotos (oder gar Internetabbildungen) aus der Ferne ersteigert und wandern nach dem Zuschlag in den Banksafe: Ein weiterer, interessanter Aspekt zur Theorie vom "Verschwinden der Kunst".⁴⁷²

Hinzu kommt, dass der größte Teil des Umsatzes mit Reproduktionen gemacht wird.⁴⁷³ Denn unter den Begriff einer technischen Reproduktion fallen nicht nur

⁴⁶⁸ Durch die Festlegung des Verkaufspreises (Handel) bzw. der Reserve (Einlieferer auf Rat eines Spezialisten des Auktionshauses).

⁴⁶⁹ FRANZ (2002): 22.

⁴⁷⁰ BENJAMIN (1977): 16 führt als Beispiel die Anbetung einer Venusstatue in der Antike an.

⁴⁷¹ BENJAMIN (1977): 13ff.

⁴⁷² Die Theorie vom Verschwinden der Kunst hat seine Wurzel in der Überzeugung, Kunst sei ein Ersatz für etwas, das im Leben fehlt, wie z. B. eine Religion. Wie Marx davon ausgeht, dass der Staat beim idealen Kommunismus dahinschwinden wird, so glaubten und glauben die Anhänger jener Theorie, dass die Kunst verschwinden wird, "wenn das Leben an Harmonie und Gleichgewicht zunimmt", so Piet Mondrian (WRIGHT (1966): 212). FAUST (1993): 97, 111, 323ff. stellte demgegenüber dar, wie die Kunst verschwindet, weil sie von den Mechanismen der Gesellschaft und des Marktes aufgesogen und manipuliert wird, keinen "Schatten mehr wirft". BAUDRILLARD: 12/1999 sieht die Ursache darin, dass die Kunst statt eine Illusion zu erschaffen alle Dinge einer ästhetischen, banalen Erhöhung geopfert hat, und an die Stelle der Illusion eine transästhetische Öbszönität trat, in der alles sichtbar und offensichtlich ist.

⁴⁷³ KLAUSTER (1982): 14.

Druckgraphik, Photographie und Bücher, sondern auch jede Art von Kunstgewerbe, sofern es seit der Einführung des Manufaktursystems⁴⁷⁴ im arbeitsteiligen Herstellungsprozess entstanden ist.⁴⁷⁵

Allerdings muss berücksichtigt werden, dass neben dem Produktionsprozess auch der Wille des Künstlers ein Kriterium für Originalität ist. So ist z. B. als Auflagenkunst hergestellte Graphik dann ein Original, wenn er selbst das Werk als Graphik konzipiert.⁴⁷⁶ Eine Signatur ist nicht nötig; der Künstler hat das Recht, aber nicht die Pflicht, seine Werke zu signieren.⁴⁷⁷

Der Kauf von Kunstwerken erfolgt in aller Regel aus einem Bündel von Motiven: Selbstverwirklichung, Dekoration des häuslichen Umfelds, Prestigegewinn oder Kapitalanlage.⁴⁷⁸ Die reine Kunstrezeption scheidet für den größten Teil der Konsumenten aus. Gleichwohl wird der Besitz besonders von kostspieliger Kunst als Zeichen dafür gesehen, dass der Eigentümer sehr wohl zur Kunstrezeption in der Lage sei: Da es Außenstehenden unwahrscheinlich erscheinen würde, der Käufer würde hohe Summen investieren, um lediglich den Schein zu erwecken, zur kulturellen Elite zu gehören, wertet man den Kunstbesitz automatisch als Beweis des wirklichen Interesses und Verstehens.⁴⁷⁹ Hierin besteht auch der Hauptunterschied zu den „klassischen“ Statussymbolen wie Schmuck, Antiquitäten, Villen, Yachten etc.: Um diese Dinge beneidet der „kleine Mann“ den Eigentümer, hier teilt er dessen Wertvorstellungen, die Differenzierung ist eine rein ökonomische. Kunst hingegen wird zu einem „erweiterten“ Statussymbol; der Eigentümer zeigt nicht nur seine finanzielle Potenz, sondern dass er über die ökonomischen Unterschiede hinaus über

⁴⁷⁴ Obwohl vorher schon in Grundzügen vorhanden, wurde dieses merkantilistische System erstmals unter Ludwig XIV. von Frankreich durch dessen Finanzminister Jean-Baptiste Colbert ab 1661 konsequent umgesetzt (AMAT (1961): 186).

⁴⁷⁵ In der Manufaktur wird der Arbeitsprozess aufgespalten und -geteilt. Jeder Mitarbeiter erbringt einen oder mehrere Arbeitsschritte. Das Werkstück wird nach einem Beispiel bearbeitet (PAULINI/TROITZSCH (1991): 145ff.). So werden z. B. bei der Porzellanherstellung die Malereien nicht nach der Natur, sondern nach Vorbildtafeln angefertigt (JEDDING (1979): 11; TUCHSCHERER (2000): 52).

⁴⁷⁶ BISCHOFF: 03/2001.

⁴⁷⁷ Vgl. §13 UrhG. Die Signatur oder ihr Fehlen lassen den Originalitätscharakter des Werkes völlig unberührt; eine Signatur erleichtert lediglich die Zuordnung (CHEVALIER/VIEHWEGER: 02/2002).

⁴⁷⁸ HONSEL (1984): 138; TALKENBERG (1991): 34f.; BEIL (1995): 20f. Schon Peggy Guggenheim erkannte als Galeristin in den 1930er Jahren, dass sich die wenigsten Käufer wirklich für die Kunst interessieren. „Alle anderen kaufen sie aus Snobismus oder um Steuern zu sparen.“ (GUGGENHEIM (1998): 538).

⁴⁷⁹ ULRICH (2000): 39.

intellektuelle Fähigkeiten verfügt, die der Mehrheit abgehen.⁴⁸⁰ In seinem „Traktat über die feine britische Art“ stellt John Herzog von Bedford allein auf den Aspekt der Sozialgeltung des Kunstsammelns ab, wenn er feststellt: „Die Kunst an sich hat für Sie wenig Wert, aber snobistisch gesehen kann sie Ihnen nützen.“⁴⁸¹

Umgekehrt hat die Erweiterung des Angebotes der Kunstmarktunternehmen über „reine Kunstwerke“, d.h. Originale hinaus auch dazu geführt, dass sich die Klientel dieser Unternehmen zusammensetzt aus „Collectors, Shoppers, and Furnishers – und das nicht nur im Bereich der angewandten Kunst und der Serienobjekte, sondern auch im Bereich der Originale,“ so Andreas Rumbler, Direktor der Abteilung „Impressionismus und Moderne“ bei Christie’s in London.⁴⁸²

Kaufmotive und Konsumverhalten legen indessen nahe, dass tatsächlich im Ritual im Sinne Walter Benjamins der Nutzen der Kunst liegt, der allerdings auch durch das technisch reproduzierte Kunstwerk ermöglicht wird. Diese Ansicht wird geteilt von Philosophen und Kunstkritikern wie Theodor W. Adorno, der „Dabeisein“, „Bescheidwissen“ und „Prestigegewinn“ an der Stelle des Genusses durch die Rezeption sieht,⁴⁸³ von Pierre Bourdieu, der ähnlich Benjamin das Ritual als Nutzen erkennt⁴⁸⁴ sowie anderen Kritikern.⁴⁸⁵ Anne-Marie Duguët schließlich sieht diesen Nutzen sogar bei der Kunst der neuen Medien: Jene mache Künstler und Betrachter keineswegs zu Co-Autoren, sondern ermöglichen lediglich dem Betrachter, innerhalb der Vorgabe des Künstlers zu „spielen“.⁴⁸⁶ Insgesamt wird diese Sichtweise vom Nutzen der Kunst von den neuen Angeboten der öffentlichen Museen ebenfalls bestätigt.⁴⁸⁷ Auch eine Untersuchung zum Marketing des Kunsthandels unterstützt diese Schlussfolgerung: Das „Erlebnis“ war für 56,9% der Befragten (auch) ein Motiv zum Kauf von Kunst und Antiquitäten. Der Besuch auf einer Kunstmesse galt als Freizeiterlebnis der besonderen Art.⁴⁸⁸

⁴⁸⁰ ULRICH (2000): 41.

⁴⁸¹ BEDFORD (1970): 76.

⁴⁸² RUMBLER: 30.07.1999; ähnlich MÜLLER-MEHLIS: 02./03./04.04.2004.

⁴⁸³ ADORNO/HORKHEIMER (1984): 181.

⁴⁸⁴ BOURDIEU (1983): 105.

⁴⁸⁵ BARTELS: 4/1990; MICHEL: 4/1990.

⁴⁸⁶ DUGUËT (1996): 40.

⁴⁸⁷ Museumsshops, Vermietung der Räumlichkeiten etc. Zur neuen Rolle der Museen siehe SCHNEEDE (2000).

⁴⁸⁸ BEIL (1995): 21.

Der finanzielle Nutzen der Kunst ist untrennbar mit dem ästhetischen verbunden. Eine der Voraussetzungen des Rituals ist die öffentliche Anerkennung, die (auch) auf dem finanziellen Nutzen basiert und sei es als Zukunftschance. Der finanzielle Nutzen wird nicht nur durch die Qualität des Kunstwerkes bestimmt, sondern auch von der Marktsituation, den aktuellen Strömungen, Koalitionen etc.

Als Versuch einer Zusammenfassung soll eine Anekdote Arthur Koestlers dienen, welche er in seinem kunsttheoretischen Werk „The Act of Creation“ publiziert hat.⁴⁸⁹ Eine Dame bekam eine Picasso-Zeichnung geschenkt, hielt sie aber für eine Druckgraphik und hängte sie im Treppenhaus auf. Als sich herausstellte, dass es sich um eine Originalzeichnung handelte, wurde sie aus dem Treppenhaus entfernt und erhielt den Ehrenplatz über dem Kamin. Das Blatt hatte sich verändert. Zum einen gebot es der rein materiellen Wert, von einer Aufbewahrung im allgemein zugänglichen Treppenhaus Abstand zu nehmen. Zum anderen hatte sich das Verhältnis der Besitzerin und ihres Umfeldes zum Objekt verändert. Sobald es sich als Original herausstellte, sah man etwas Besonderes, im übertragenen Sinne Wertvolles darin – wer bisher achtlos vorübergegangen war, war nun hell auf begeistert.

3.2.3 Die Börse und der Preis

Der Kunstmarkt ist ein Teilmarkt der Weltwirtschaft und somit einerseits von allgemeinen, andererseits von kunstmarktspezifischen Faktoren abhängig.⁴⁹⁰ Seit Mitte der 1980er Jahre kann man, vor allem wiederum zunächst in den USA, feststellen, dass die Idee des „Gentleman“-Sammlers, welcher aus reiner Leidenschaft Kunst sammelt und diese Werke einst einem Museum übereignet, im Rückzug begriffen ist. Eine neue Generation von Sammlern ist auf dem Markt tätig, welche die Werke verstärkt auch unter dem Gesichtspunkt der Wertzuwachs betrachtet und bei passender Gelegenheit auf den Markt zu bringen sich nicht scheut.⁴⁹¹

⁴⁸⁹ KOESTLER (1964): 53ff.

⁴⁹⁰ DÖRSTEL (2002): 14.

⁴⁹¹ THON: 01/2003-1.

Gleichzeitig wurde die Beschäftigung mit zeitgenössischer Kunst ein Aspekt des Lebensstils – die Verbindung von Kenntnis und Kapital.⁴⁹² Die natürliche Knappheit der begehrten Ware kam dieser Vorstellung entgegen; in der Folge gab es bei Galerien Wartelisten für Werke besonders gefragter Künstler. Dies hatte nicht nur zur Folge, dass die Preise stiegen, weil die übergroße Nachfrage sichtbar wurde. Manchen Künstlern wurde vorgeworfen, durch diesen Druck des Galeristen Werke aus der Hand gegeben zu haben, die sie anderenfalls als minderwertig zurückgehalten hätten.⁴⁹³

So ist der aktuelle Handelswert von Kunstwerken für immer mehr Käufer nicht nur autogen, sondern sogar sekundär – sofern nur das begehrte Werk erhältlich und der Preis aufzubringen ist. Viel wichtiger kann der zu erwartende Handelswert sein; für Kunstwerke mit „garantiertem“ Wertzuwachs hat sich auf dem Kunstmarkt die finanzwissenschaftliche Bezeichnung „Blue Chips“ eingebürgert.⁴⁹⁴ Eine prognostizierte Wertsteigerung rechtfertigt selbst einen exorbitanten Marktpreis, da auch dieser in der Zukunft wieder überboten werden wird: Eine US-amerikanische Untersuchung hat ergeben, dass mit dem Wert des Werkes die Wahrscheinlichkeit steigt, dass es wieder auf den Markt gebracht wird.⁴⁹⁵

“Wenn man doch nur wüsste, welcher Künstler, dessen Werke man in seiner Sammlung hat, später hohe Preise erzielt. Oft verkauft man schon bei einem Wertzuwachs, der sich im nachhinein als kleiner Anfang einer großen Steigerungskurve herausstellt,” so der Sammler Heinrich Hunstein.⁴⁹⁶ Die Grundlagen der Preisfindung sind auf dem Kunstmarkt ähnlich wie an der Börse. Bestimmend sind Handelbarkeit und Verfügbarkeit der Werke sowie das Insiderwissen der Interessenten. Hinzu kommen spezifische Faktoren: Das Handeln

⁴⁹² HOLLEIN: 03/2001.

⁴⁹³ THON: 10/2001.

⁴⁹⁴ EHMANN: 02/2001; GROPP: 16.11.2002.

⁴⁹⁵ ASHERFELTER/GRADDY (2002): 4ff.

⁴⁹⁶ Diese Problematik wird HUNSTEIN: 08.08.1999 aber nach eigenen Aussagen durch das Bewusstsein versüßt, dass seine Sammlung eigentlich von jedem heute bedeutenden Künstler Werke umfasst hat - wenn auch nicht zur gleichen Zeit oder für immer. Ähnlich sieht es der Hannoveraner Fotografie-Sammler Bernd Künne (JELTSCH: 11/2000).

der Beteiligten ist von hoher Emotionalität geprägt sowie von deren Einschätzung des Wertes wie des Nutzens des Kunstwerks.⁴⁹⁷

In der Relation zur Börse könnte man für hohe Preise am Kunstmarkt immer einen Grund finden: In "schlechten Zeiten" mit schwachen Börsenwerten und hoher Inflation sind die Preise für Kunst hoch, da das Geld in Sachwerte flüchtet (negative Korrelation).⁴⁹⁸ In "guten Zeiten" sind die Preise hoch, da Kunst ein Teil des allgemeinen Luxuskonsums ist, in den beispielsweise Aktiengewinne gern und rasch umgesetzt werden – man bezeichnet diese Art Kundschaft gern als „Bonus Boys“.⁴⁹⁹ Mit den Börsenkursen wächst die Nachfrage nach Kunst und steigen deren Preise. Kunstwerke werden zu Spekulationsobjekten.⁵⁰⁰ Der Unterschied liegt darin, dass in den "schlechten Zeiten" nur qualitativ hochwertige Ware, in "guten Zeiten" hingegen auch Ware ungesicherter Qualität gut verkäuflich ist.

Der Grund hierfür ist, dass in Zeiten mit hohen Börsennotierungen die Preise auf dem Kunstmarkt fallen, da das Geld in Aktien angelegt wird.⁵⁰¹ Sinken die Kurse, sucht sich der Anleger Alternativen. Je deutlicher er das Auf und Ab der Preise und Werte und die damit verbundenen Risiken durchschaut hat, desto preisbewusster und kritischer verhält er sich auf seinem "Ersatzmarkt".⁵⁰² Ebenfalls hohen Einfluss auf die Preise hat daher auch das Zinsniveau. In Zeiten hoher Zinsen ist der Kunstmarkt als Alternativanlage nicht besonders attraktiv.⁵⁰³ „Die Sammler lassen sich nicht beeinflussen, aber die Reichen halten sich zurück. Das Geschäft wird von den Zinsen beeinflusst“, so ein deutscher Händler zum Einbruch Anfang der 1990er Jahre.⁵⁰⁴

Schon seit dem Börsencrash von 1987, dem "Schwarzen Montag", sicher aber seit der Baisse von 1990 ist allen Beteiligten des Kunstmarkts die Hybridität der Märkte

⁴⁹⁷ HEIN (2003): 56f.

⁴⁹⁸ WILKE: 02/2001; THORNCROFT: 04./05.08.2001; BIEN: 08.06.2003; MELIKIAN: 28./29.06.2003.

⁴⁹⁹ CHAFFIN: 28.08.2001; GROPP: 24.08.2002.

⁵⁰⁰ POMMEREHNE/FREY (1993): 95f.

⁵⁰¹ RUMP: 09.01.1999.

⁵⁰² HERCHENRÖDER: 10/1998.

⁵⁰³ EHRET: 01/1999.

⁵⁰⁴ HERCHENRÖDER (2000): 37. Die Zinsen berühren mittelbar auch eine Kulturförderung der besonderen Art in den Niederlanden: Dort kann jeder, der zwischen 18 und 75 Jahre alt ist und mindestens seit 18 Monaten im Land lebt, einmalig vom Staat ein zinsloses Darlehen von maximal

bewusst.⁵⁰⁵ Dies führt einerseits zu einer genauen Observation der Börsennotierungen seitens des Kunstmarkts, andererseits aber auch zu bestimmten Einlieferungs- oder Verkaufsbedingungen, die dem Verkäufer einen Rücktritt unter bestimmten Voraussetzungen erlauben.⁵⁰⁶

Es war erkennbar, dass Ende der 1980er Jahre der Verfall der Börsennotierungen ein weiterer Antrieb für den Kunstmarkt war, da Kunst damals als Alternativanlage angesehen wurde. Von der Börse abgezogenes Geld floss in Kunstinvestitionen, der Börsencrash war initiativ für den Kunstboom. Der Kunstmarkt spiegelte immer stärker internationale wirtschaftliche und politische Bewegungen wieder – der unabhängige Nationalmarkt ist seither weitgehend Geschichte.⁵⁰⁷

Es gilt allerdings als sicher, dass sich dieses Phänomen nicht wiederholen wird. Gründe hierfür sind zum einen die sinkende Kauflust der Japaner und der amerikanischen Immobilienmillionäre, welche den Boom nachhaltig gestützt hatten. Zum anderen fehlt dem Kunstmarkt seither die Liquidität der 1980er Jahre: 1989/1990 waren über US\$ 2,5 Mrd. mehr im Kunstmarkt gebunden als in der Saison 1999/2000. Hohe Preise allein sind kein Indikator für spekulatives Kaufverhalten.⁵⁰⁸

3.2.4 Kunst als Investment

Die Idee vom Kunstwerk als Geldanlage kommt eigentlich (natürlich) aus den USA. Sie fand in der Nachkriegszeit aber in Europa viele Anhänger, da “der” wohlhabende Europäer ohnehin Kunst besitzt - seien es Gemälde, Möbel, Silber oder Schmuck -, und hierdurch seinen sozialen Status definiert.⁵⁰⁹ Und die Vorstellung, durch den Wertzuwachs seiner Pretiosen selbst immer reicher zu werden und sich dabei auch noch mit seiner Kunstsammlung, Einrichtung oder seinen Juwelen schmücken zu

Euro 7.000,-- erhalten, wenn er Kunst von noch lebenden Künstlern erwerben möchte (SCHWEIGHÖFER: 08/2002).

⁵⁰⁵ GONZALEZ (2002-2): 81; BARKER: 17.03.2001; WILKE: 03/2002; ANDRESEN: 06.07.2002.

⁵⁰⁶ Ein Beispiel hierfür ist der Einlieferungsvertrag zwischen Christie's und der Familie Kramarsky, Eigentümer des schon angeführten Gemäldes “Portrait des Dr. Gachet” von Vincent van Gogh. Den Einlieferern sollte ein kostenfreier Rückzug des Bildes gestattet sein, falls zwischen Einlieferung und Auktion ein kombinierter Index der Aktienbörsen von New York, London und Tokio um mehr als 25% fallen sollte (WATSON (1992): 8).

⁵⁰⁷ HERCHENRÖDER: 20./21.12.2002.

⁵⁰⁸ HERCHENRÖDER: 12/1999; SCHAERNACK: 19./20.05.2000.

können, diese Art von Demonstrativkonsum hat offensichtlich etwas Verführerisches.⁵¹⁰

Die Investmentidee wird selbstredend vom Kunstmarkt unterstützt.⁵¹¹ Auf der Seite der Investitionswilligen entstand eine große Informationsnachfrage bezüglich Eigenschaften, Marktsituation und Entwicklungen; diesem Wunsch nach mehr Transparenz wurde von Seiten der Marktakteure gern nachgekommen.⁵¹² Als erstes Unternehmen veröffentlichte Sotheby's 1967 den "Times-Sotheby's-Index", der Verkäufe in den Bereichen, in denen das Unternehmen tätig war, verarbeitete.⁵¹³ Dadurch wurde erstmals eine Darstellung von Trends auf dem Kunstmarkt ermöglicht. Dieser Index wurde 1975 durch den "Art-Sales-Index" abgelöst.⁵¹⁴ Zu dessen Erstellung werden in verschiedenen Kategorien fixe Warenkörbe mit 30 bis 40 Kunstwerken gebildet und zweimal pro Jahr von Sotheby's-Experten geschätzt. Die Zusammenstellung der Warenkörbe ist geheim, um eine Manipulation auszuschließen; veröffentlicht wird nur die aktuelle Schätzung.

In der Zwischenzeit wurde eine Vielzahl von Statistiken und Ranglisten entwickelt, um die immer wieder kritisierte Zusammenwirkung von Auktionshaus und Statistikern zu umgehen, z. B. der Boulay-Index oder der Hinslop Art Sales Index.⁵¹⁵ Darüber hinaus gibt es zahlreiche Preislisten für Kunstwerke, veröffentlicht z. B. von artnet.com, artprice.com oder artbusiness.com im Internet sowie ein Ansehensindex der Zeitschrift Capital, welcher alljährlich in der Novemberausgabe publiziert wird.⁵¹⁶ Die französische Firma Art Price Annual S.A. (ADEC) veröffentlicht seit 1987 jährlich die Datenbank ADEC Annual in Buchform wie auch im Internet. Eine Zusammenfassung aller bislang erschienen Bände wird als CD-ROM angeboten. Der

⁵⁰⁹ STUDER: 04./05.06.1999.

⁵¹⁰ MALTZAN/SCHROETER-HERREL (2002): 204; KAUBE: 10.03.2001.

⁵¹¹ Ausnahmen sind eher (Erst-) Galeristen, welche vom Wertzuwachs nicht profitieren, sondern Künstler bekannt machen wollen. "Es ist nicht unsere Aufgabe, unsere Kunden reich zu machen, sondern ihnen die Augen zu öffnen,...", so der Basler Galerist Miklós von Bartha (FECHTER: 10/2002).

⁵¹² PUES/QUADT/RISSA (2002): 15f.; LEHRMANN (2002): 107.

⁵¹³ Als Bezugsjahr wurde das Jahr 1951 gewählt, da es sich bei diesem um einen historischen Preis-Tiefpunkt handelte (LACEY (1998): 167).

⁵¹⁴ BENNETT: 20.10.2003.

⁵¹⁵ CAMPBELL: 12/1998.

⁵¹⁶ GONZALEZ (2002): 16f.; FECHTER: 03/2001; HEINICK: 10.03.2001; HEINICK: 17.11.2001; SILVESTER: 28.03.2003. Der Capital Kunstkompass wird inzwischen auch in Buchform publiziert, um Langzeitentwicklungen sichtbar zu machen (ROHR-BONDEGARD (2001)).

Mei/Moses-Fine-Art-Index schließlich, entwickelt von Professoren der Stern School of Business in New York, vergleicht Auktionsergebnisse mit anderen Wirtschaftsdaten und erstellt eine generalisierte Rendite von Kunstwerken, die im Betrachtungszeitraum verkauft wurden.⁵¹⁷

Es soll allerdings nicht verschwiegen werden, dass vor allem auf dem Markt selbst die Aussagekraft solcher Tabellen umstritten ist. Der Basler Galerist Miklós von Bartha befürchtet, wenn man in 10 bis 15 Jahren diese Listen erneut analysieren werde, könne es zu einer „fürchterlichen Götterdämmerung“ kommen: „Ich möchte doch daran erinnern, dass ganze Kunstrichtungen wieder verschwunden sind.“⁵¹⁸

Beispielhaft für frühes professionelles Kunstinvestment war die Sammeltätigkeit des British Railway Fund. Er begann 1974, einen Teil seines Cash-Flows in Kunst anzulegen. Unter Beratung von Sotheby's kaufte ein Komitee Kunstwerke aller Art, die langfristig wieder verkauft werden sollten und inmitten des Booms Ende der 1980er Jahre auch zum größeren Teil wieder abgestoßen wurden.⁵¹⁹ Einige spektakuläre Impressionisten-Verkäufe machten das Engagement rasch über die Kunstwelt hinaus bekannt und untermauerten die Vorstellung von Kunst als hochkarätigem Investment - mit entsprechenden Folgen für den Boom. Eine Untersuchung des Funds ergab, dass die Rendite zwar höher als bei Regierungsanleihen, aber niedriger als bei Aktieninvestitionen lag. Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass der Fund noch immer beinahe die Hälfte seiner Kunstwerke besitzt. Die Impressionisten wurden auf dem Höhepunkt des Booms verkauft, so dass eine entgeltliche Analyse der Investition (nach dem Verkauf der übrigen Werke nach dem Boom) wohl eine erheblich schlechtere Rendite ergeben wird.

Nicht nur an diesem Beispiel zeigt sich, dass der Boom der späten 1980er Jahre zwar nahezu alle Bereiche des Marktes erfasste, aber in erster Linie den hohen Wertsteigerungen der Impressionisten zu verdanken ist. In diesem Sinne ist auch der Zusammenbruch des Marktes zu beurteilen. Die meisten Marktsegmente haben ihre

⁵¹⁷ Untersucht wird die Ergebnisentwicklung von Kunstwerken, die seit 1875 mehr als einmal versteigert wurden (QUADT: 02/2003; TRABERT: 11.01.2004).

⁵¹⁸ FECHTER: 10/2002-2.

Verkaufswerte gehalten, z. B. Altmeistergemälde, Silber und Juwelen. Die Schieflage der Marktsicht beruht darauf, dass die kurzfristige und explosive Wertsteigerung die Aufmerksamkeit der Chronisten auf sich zieht und die Berichterstattung keine echte Marktanalyse mehr ist.⁵²⁰

Kunstinvestitionen kann man wie sonstige Investmentfonds und systematisch aufgebaute Portfolios beurteilen.⁵²¹ Im Unterschied zu Wertpapieren kann man bei Kunst allerdings keine Vorausprognostizierung berechnen – es gibt keinen objektivierten Maßstab zur Feststellung künstlerischer Qualität einerseits und deren Einfluss auf die Wertentwicklung andererseits.⁵²² Denn die Faktoren, mit denen diese Entwicklungen nachvollzogen sind, entstehen aus dieser Vergangenheitsbeobachtung und sind nicht in die Zukunft transponierbar.⁵²³

Im Falle einer solchen professionellen Verwaltung wird das Angebot auf dem Kunstmarkt wie auf dem traditionellen Börsenparkett in sichere („Blue Chips“) und unsichere Investitionen eingeteilt.⁵²⁴ Sichere sind hierbei Werke von Künstlern, deren Gesamtwerk in Quantität, vor allem aber in Qualität bereits weitreichend festgelegt ist.⁵²⁵ „Man kann mit junger Kunst voll ins Risiko gehen und spekulieren. Oder man kann Werke von Sigmar Polke oder Gerhard Richter kaufen und dann mit kleinem Zuwachs, aber großer Sicherheit rechnen,“ so der Hamburger Sammler Harald Falckenberg.⁵²⁶ Es war eine logische Folge, dass das Vordringen der Investoren auf den Kunstmarkt sich auf allgemein angesehene Künstler beschränkt hat; auch wenn der Markt immer wieder beteuert, man solle kaufen, was man selbst liebt, so kann sich eine Wertsteigerung nur dann ergeben, wenn alle anderen es ebenfalls lieben.⁵²⁷

Wird eine internationale Sammlung wie ein Aktienportfolio professionell verwaltet, stellen - wie in den Fällen der professionell verwalteten Depots - auch im

⁵¹⁹ BERNDT (2002): 116.

⁵²⁰ HERCHENRÖDER (1990): 31; KAUBE: 10.03.2001.

⁵²¹ WILKE: 01/2003.

⁵²² SCHWEIZER: 2001.

⁵²³ SCHWEIZER: 2001.

⁵²⁴ GROPP: 08.04.2000; DUDZIK: 03/2002.

⁵²⁵ DUDZIK: 03/2002.

⁵²⁶ WIENSOWSKI: 03/2001; vgl. die Wertzuwachstheorie von David W. Galenson unter 5.1 – Der Weg zur Ware. Zur Entstehung der Sammlung Falckenberg vgl. FALCKENBERG (2003).

⁵²⁷ WINDSOR: 04.01.2004.

Kunstbereich für den Erfolg des Investments Spontankäufe die größte Gefahr dar.⁵²⁸ Ein Vorteil der privaten Sammelleidenschaft bleibt allerdings in dieser Konstellation der professionell verwalteten Privatsammlung erhalten: Kursverluste werden von Sammlern in aller Regel nicht kommerzialisiert, sondern die Werke werden behalten.⁵²⁹ Der Verlust wird so häufig erst für die Erben spürbar.

Wird das Wirken einer Sammlerpersönlichkeit gänzlich ausgeschaltet, so ist eine Tätigkeit reicher Privatanleger in zwei Formen denkbar: Die Investition in einen Kunsthandelsbetrieb oder in einen Kunstfond. Für Ersteres ist die Aktivität der Dr. August Oetker KG ein gutes Beispiel, welche von 1985 bis 2001 zusammen mit dem Kunsthändler Jean-Luc Baroni unter dem altherwürdigen Firmennamen Colnaghi professionell mit Kunst handelte.⁵³⁰ Das Engagement fand mit dem Verkauf von Colnaghi an den Münchner Kunsthändler Konrad Bernheimer ein Ende.⁵³¹

Zudem gibt es seit den 1990er Jahren Fonds, die mit Kunst professionell spekulieren.⁵³² Wie ein Kunsthändler kaufen Berater für den Fonds Werke, die sie für unterbewertet halten, und bringen sie wieder auf den Markt, sobald sich die Rahmenbedingungen zum Besseren geändert haben.⁵³³ Hier wird die Gefahr, dass der Sammler sich in ein Stück „verliebt“ und irrationale Käufe tätigt, gänzlich ausgeschlossen. Zur Absicherung werden in aller Regel sogar Kurssicherungstransaktionen für künftige Käufe oder Verkäufe vorgenommen: Mögliche Veränderungen der Wechselkurse zwischen Ankaufs- und Verkaufswährung werden in der Kalkulation berücksichtigt.⁵³⁴ Da Kunstinvestment von langen Laufzeiten geprägt ist, steht der Beweis noch aus, dass diese Fonds tatsächlich die prognostizierten Renditen zu erwirtschaften in der Lage sind.⁵³⁵

Es stellt sich nunmehr die Frage nach den von Marktzyklen unabhängigen Strukturbedingungen, die die Eignung von Kunst als Investment bestimmen.

⁵²⁸ WILKE: 01/2003.

⁵²⁹ LABUSCH: 2002.

⁵³⁰ THIBAUT: 06.11.2001.

⁵³¹ Zu den Hintergründen des Verkaufs der Kunsthandlung Colnaghi vgl. 6.1.1.2 – *Das Netzwerk*.

⁵³² HERSTATT: 28.06.2001; WATTS: 02.03.2003; WATTS: 23.03.2003.

⁵³³ AMEND (2002): 235.

⁵³⁴ WILKE: 01/2003.

⁵³⁵ HERSTATT: 28.06.2001.

Investoren und Sammler haben erkannt, dass der werbewirksam veröffentlichte, hohe Wiederverkaufswert in Zeiten einer steten Inflation nur ein Augenblickseffekt ist.⁵³⁶ Das richtige Timing für die Transaktion ist entscheidend und kann bei langem Zeithorizont optimiert werden: Kunstinvestment ist Langzeitinvestment.⁵³⁷ Schon allein aus diesem Grund empfehlen professionelle Anleger einem Investor, niemals mehr als 5–10% seines Kapitalvermögens in Kunst zu investieren.⁵³⁸

Die Preissteigerung eines Kunstwerks auf dem Markt kann zudem nicht mit einer hohen Rendite gleichgesetzt werden. Bruno S. Frey und Angel Serna stellten hierzu eine konkrete Rentabilitätsrechnung auf.⁵³⁹ Schon bei An- und Verkauf über eine Auktion wird jeweils eine Provision fällig. Hinzu kommt die Inflationsrate, die abgezogen werden muss, sowie die Kosten für die Versicherung.⁵⁴⁰ Um überhaupt einen Gewinn zu erwirtschaften, muss ein Kunstwerk in fünf Jahren seinen Wert um 50% steigern.⁵⁴¹ In einer späteren Untersuchung Freys wurden 1198 Transaktionen auf dem Kunstmarkt in einem Zeitraum von 350 Jahren untersucht. Die konkret errechnete Ertragsrate lag hier bei 1,5% p. a.⁵⁴²

In dieser Untersuchung wurden nur die Kosten für An- und Verkauf inkl. der nötigen Versicherungen sowie die Inflationsrate einberechnet. Kunst kostet aber auch im Zeitraum des Besitzes Geld. Die Kehrseite der durch Preissteigerungen suggerierten Wertzuwächse ist nämlich der Anstieg der Folgekosten. Denn der Aufwand für Sicherheitsvorrichtungen, Klimatisierung, Versicherung, Erbschafts- und Schenkungssteuer steigt proportional zum Wert des Kunstwerks.

All diese Renditeberechnungen bergen unabhängig von der Ertragshöhe, welche sie versprechen, eine immanente Gefahr: Ihnen liegt immer ein Mischindex zu Grunde,

⁵³⁶ HERCHENRÖDER (1990): 17.

⁵³⁷ GONZALEZ (2002): 16; DUDZIK: 03/2002; WILKE: 01/2003; THORNCROFT: 01/02.03.2003.

⁵³⁸ GONZALEZ (2002): 16.

⁵³⁹ FREY/SERNA: 04/1990.

⁵⁴⁰ ZENNER: 21.07.1999 vertrat die überraschende Ansicht, dass die meisten Privatsammler ihre Stücke nicht versichern würden. Einerseits, um nicht in einem "Gefängnis" wohnen zu müssen, andererseits zur Kostensenkung.

⁵⁴¹ Frey und Serna berechnen dies konkret an Picassos Gemälde "Yo, Picasso", welches 1989 für US\$ 47,9 Mio. verkauft wurde. Der Verkäufer hatte es 1981 für US\$ 5,8 Mio. ersteigert (FREY/SERNA: 04/1990).

dessen Kriterien häufig umstritten sind und der Indikativ sicherlich richtig ist, im Einzelfall aber nicht zu greifen braucht.⁵⁴³

Nicht zu vergessen ist auch, dass Kunst im Gegensatz zu Aktien in der Zeit des Eigentums keine Rendite abwirft. Da derartige Einkommen in fast allen Ländern Vorteile in der Versteuerung von Unternehmensgewinnen bieten, liegt in der Renditelosigkeit vor allem für ein Unternehmen ein weiterer Nachteil des Kunstinvestments.

Im Trubel der Rekordmeldungen wird auch selten oder nie in den Medien erwähnt, dass viele Auktionshäuser eine hohe Zahl von Stücken gar nicht zur Auktion annehmen, weil kein interessanter Verkaufspreis zu erwarten ist.⁵⁴⁴ Hinzu kommt die hohe Zahl von Rückgängen auf Auktionen, so dass eine Annahme nur beschränkt als Maßstab für eine Verkäuflichkeit angesehen werden kann: Eine als hoch einzustufende Verkaufquote nach Lots i.H.v. 75% ist ein Erfolg und bedeutet doch gleichzeitig auch, dass ein Viertel der Objekte keinen Käufer fanden. Speziell kleinere Häuser haben nicht selten losbezogene Quoten von unter 50%!⁵⁴⁵ Die sichtbaren Verkäufe stellen eine Verzerrung des Geschehens auf Auktionen dar und suggerieren hohe Gewinnmöglichkeiten im Bereich von Kunst, die nicht generalisierbar sind.

Simon de Pury, Direktor von Phillips, gesteht daher auch: „Es ist immer gefährlich, wenn man Kunst als reines Investment betrachtet“.⁵⁴⁶ Kunst lohne sich nämlich nur dann als Investment, wenn man gleichzeitig mit seinen finanziellen Mitteln auch seine Begeisterungsfähigkeit investiere. Sammeln ist eine Leidenschaft und keine umständliche Form der Kapitalanlage.⁵⁴⁷ Einzig der totale Wertverlust droht dem Kunstinvestor nicht.⁵⁴⁸

⁵⁴² POMMERHNE/FREY (1993): 117; FREY (2000): 42f. Dessen ungeachtet wirbt der Global Art Fund, ein europäischer, börsennotierter Kunstfonds, mit Renditen von 8,1% p. a. (BRÖHAN: 18.05.1999).

⁵⁴³ HEIN (2003): 64; SCHWEIZER: 2001.

⁵⁴⁴ POMMERHNE/FREY (1993): 123; MELIKIAN: 19./20.01.2002.

⁵⁴⁵ O'CONNOR: 29.10.1998; FABER-CASTELL: 04./05.04.2003; KOBEL: 04./05.04.2003.

⁵⁴⁶ QUADT: 03/2001.

⁵⁴⁷ PICKER (1994): 9.

⁵⁴⁸ GROPP: 29.12.2001-3. HOLLEIN: 03/2001 weist darauf hin, dass in diesem Umstand ein wichtiger Unterschied zu den Aktien des Neuen Marktes liegt.

Zuletzt bietet das Vordringen der Investoren auf den Kunstmarkt aber auch eine Chance: Aus vielen dieser Investoren werden früher oder später Sammler.⁵⁴⁹ Sie sind durch ihr Investment gezwungen, sich mit dem Sujet zu beschäftigen, auch wenn sie von Art-Consultants beraten werden. Und so entdecken viele Menschen auf diesem Umweg ihre Leidenschaft für die Kunst. Den ewigen Wechsel von Wertsteigerung und Verfall sieht man denn auch nur in England, dem Land mit der ältesten Sammeltradition, relativ entspannt: “People like a little bit of rough”.⁵⁵⁰

3.2.5 Das Kartell

Wer als Monopolist einen Markt beherrscht, ist in der Lage dem Nachfrager auf diesem Markt die Geschäftsbedingungen zu diktieren. Gibt es nicht einen Monopolisten, sondern zwei Unternehmen, welche konkurrieren, aber zusammengekommen den Markt dominieren, handelt es sich um einen Duopol, welches nach Erkennen der Entscheidungsdependenz durch Abstimmung der Aktionen und Preise zum Monopol werden kann.⁵⁵¹

Geheime Abstimmungen der Aktionen und Preise sind nach US-Recht als Einschränkung des freien Wettbewerbs untersagt; der “Shermans Act” von 1890 kleidet das Verbot in sehr allgemeine Formulierungen. Durch den hohen Wert, welchen die Wettbewerbsfreiheit in der amerikanischen Verfassung genießt, ist diese offene Art der Formulierung Basis für zahlreiche Einzelvorschriften, durch die das schwere Verbrechen der Monopolbildung mit hohen Strafen für die beteiligten Unternehmen wie auch die ausführenden Mitarbeiter bedroht wird.⁵⁵²

Am Weihnachtsabend 1999 erstattete Christopher Davidge, damaliger CEO von Christie’s, eine Selbstanzeige. Er gab an, seit 1993 mit Sotheby’s, dem wichtigsten

⁵⁴⁹ BENNETT: 19.01.2004.

⁵⁵⁰ Robert Brooks, Auktionator und Miteigentümer des Auktionshauses Bonhams, zit. nach FLECK: 06/1999.

⁵⁵¹ HENDERSON/QUADT (1983): 209.

⁵⁵² CLAASEN: 23.02.2000; JONES: 24.02.2000; PLANTA: 26.02.2000; WEYER: 26.02.2000.

und größten Wettbewerber seines Unternehmens, die Preise für Dienstleistungen der Unternehmen abgesprochen zu haben.⁵⁵³

Mit weniger als 2.000 Mitarbeitern hatten die Firmen zwar absolut gesehen „nur“ die Größe mittelständischer, regionaler Unternehmen.⁵⁵⁴ Da diese beiden Häuser aber zu dieser Zeit einen Anteil von zusammen 95% am Auktionsmarkt innehatten, war dieses Eingeständnis von kartellrechtlicher Relevanz.⁵⁵⁵ Nach geltendem US-amerikanischem Recht war mit Strafen sowohl für die Unternehmen als auch für die beteiligten Mitarbeiter zu rechnen. Durch die Selbstanzeige und die Zusicherung, bei der Aufklärung des Vorgangs der Staatsanwaltschaft behilflich zu sein, konnte Christie's allerdings für seine Mitarbeiter und die Firma eine Strafverschonung erwirken – das amerikanische Rechtssystem belohnt diejenige Partei, welche das Kartell bricht und zur Anzeige bringt.⁵⁵⁶ Die New Yorker Staatsanwaltschaft hatte bereits 1997 begonnen, mit dem Verdacht auf Absprachen gegen Kunsthändler und Auktionshäuser zu ermitteln; diese Untersuchungen waren jedoch bis zum Zeitpunkt des Geständnisses erfolglos geblieben.⁵⁵⁷

Ausgangspunkt der Affäre waren die geringen Gewinne, welche beide Firmen Anfang der 1990er Jahre erwirtschafteten.⁵⁵⁸ Die enormen Kosten für Mitarbeiter, Niederlassungen und Marketing konnten nach dem Crash 1990 nur bedingt reduziert werden, die allgemeine Marktschwäche machte sich doppelt bemerkbar.⁵⁵⁹ Die geringe Marge war zudem durch die harte Konkurrenz der Häuser zusätzlich unter Druck; um zurückhaltende Eigentümer zum Verkauf zu bewegen, kam es zunehmend

⁵⁵³ BENNETT: 07.02.2000-2; BENNETT: 14.02.2000; NOCE: 24.02.2000; BARKER: 22.06.2001.

⁵⁵⁴ DUNLOP: 27.02.2000; SCHAERNACK: 19./20.01.2001; The Economist am 01.03.2003; THIBAUT: 03.07.2003-2. Der gesamte Auktionsmarkt hatte in den Jahren 1999 und 2000 jeweils „nur“ ein Volumen von US\$ 4 Milliarden bzw. US\$ 4,6 Milliarden (CHAFFIN: 26.02.2000; GROPP: 30.9.2000).

⁵⁵⁵ THOMAS: 1/2000.

⁵⁵⁶ LEWIS: 01.02.2000. Lediglich *ein* Monopolbrecher kann Immunität erlangen.

⁵⁵⁷ FRANKS: 25.02.2000; PLANTA: 26.02.2000; PEERS/COHEN: 28.02.2000. Schon in den 1970er und dann wieder in den 1990er Jahren hatte die Londoner „Office of Fair Trading“ Ermittlungen aufgenommen, als die beiden Häuser nahezu gleichzeitig das Käuferaufgeld eingeführt hatten; damals konnten keine Absprachen nachgewiesen werden (MORTISHED/ASHWORTH: 24.02.2000; BENNETT: 26.02.2000; COLLINS: 26.02.2000). Die Londoner Ermittlungen schlossen ursprünglich auch Phillips ein (COSTELLO: 03.04.2000).

⁵⁵⁸ BARKER: 24.02.2000; HUISSELING: 09.03.2000.

⁵⁵⁹ STEPHAN: 26.02.2000. Christie's wies in seinem letzten Jahr als öffentliche Aktiengesellschaft für 1998 einen Profit von 2% vor Steuer aus; Sotheby's hat für die 1990er Jahre jeweils einen Profit von unter 3% publiziert. 1999 war das letzte Jahr, in dem Sotheby's einen Gewinn erwirtschaftete (LEWIS: 01.02.2000; BENNETT: 09.03.2000; STEPHAN: 15.04.2000; PEERS/SCHMITT: 17.05.2000; O'BRIEN: 22./23.02.2003).

zu kostenlosen, d.h. kommissionsfreien Verkäufen oder sogar finanziellen Leistungen wie Abschlagszahlungen oder Preisgarantien.

Wie die Untersuchungen ergaben, hatten sich Davidge und die Sotheby's-Geschäftsführerin Diana D. Brooks, „the Chanel-suited empress of the art world“, aber auch „the Margaret Thatcher of Sotheby's“,⁵⁶⁰ zusammen mit den beiden Chairmen Alfred Taubman von Sotheby's und Sir Anthony Tennant von Christie's mehrfach getroffen.⁵⁶¹ Seit 1992 hatten sie die Höhe der Verkäuferkommission, ab 1995 auch die des Käuferaufgeldes aufeinander abgestimmt.⁵⁶² Zudem hatten sich die Unternehmen darauf geeinigt, bestimmten Kunden keine Kommission zu berechnen, sowie sich gegenseitig keine Mitarbeiter abzuwerben.⁵⁶³ Handgeschriebene Memos wiesen Daten, Teilnehmer und Inhalt dieser Treffen nach.⁵⁶⁴ Die extreme Rivalität der beiden Firmen – „the culture is to hate your rival firm“ – war nur noch eine äußerliche.⁵⁶⁵

Diana D. „Dede“ Brooks und Alfred Taubman wurden persönlich angeklagt; erstere versuchte im Laufe des Verfahrens vergeblich, sich als Werkzeug Taubmans darzustellen.⁵⁶⁶ Aber auch Taubmans Version, Brooks habe ohne sein Einverständnis, ja ohne sein Wissen gehandelt, wurde vom Gericht nicht angenommen.⁵⁶⁷ Zahlreiche Privatklagen von empörten Kunden folgten der offiziellen Anklage umgehend nach.⁵⁶⁸

⁵⁶⁰ COLES: 24.07.2000; RINGSHAW/MILNER/CRAIG: 27.02.2000.

⁵⁶¹ COHEN/O'CONNELL: 09.08.2000; JONES: 10.08.2000; VOYLE/CHAFFIN: 11.08.2000; SCHAERNACK: 29./30.09.2000-2.

⁵⁶² BARKER: 07.02.2000; LEWIS/CHAFFIN: 22.02.2000; ALBERGE: 24.02.2000; LISTER: 08.04.2000.

⁵⁶³ SCHAERNACK: 24./25.03.2000-2; STEPHAN: 25.03.2000-2; SCHAERNACK: 29.05.2001.

⁵⁶⁴ RINGSHAW: 27.02.2000; BENNETT: 17.07.2000; COHEN/O'CONNELL: 21.07.2000.

⁵⁶⁵ GERARD: 01.04.2001; VOGEL/BLUMENTHAL: 25.05.2001.

⁵⁶⁶ STEPHAN: 10.02.2001; BARKER/RUMP: 04.05.2001; TURLIN: 08.05.2001.

⁵⁶⁷ BROUWER: 08.04.2000; USBORNE/COPE: 08.04.2000; GROPP: 07.10.2000; KRANHOLD: 23.10.2000.

⁵⁶⁸ BONE: 22.02.2000; BONE: 24.02.2000; SMITH: 28.02.2000; SCHAERNACK: 27.02.2001. Obgleich amerikanische Anwälte zu diesen Klagen in zahlreichen Medien – sogar im Internet – aufgerufen hatten, beteiligten sich allerdings in erster Linie Privatkunden des Mittelmarktes daran; große Sammler und Händler signalisierten, dass sie an einer zusätzlichen Marktverunsicherung nicht interessiert waren (SCHAERNACK: 04/2000). Diese Klagen zielten nicht nur auf die Zahlung von Schadenersatz ab, sondern umfassten auch Anträge von Anlegern, welche Taubman und Brooks privat zur Übernahme der Anwaltskosten für die Unternehmensklage verurteilt wissen wollten, welche sich auf US\$ 27 Millionen beliefen (BENSINGER: 16.05.2000; KRANHOLD: 21.11.2000). Ebenso klagten Kunden, welche außerhalb der USA die Dienstleistungen der Unternehmen in Anspruch

Das Gericht verurteilte die beiden Unternehmen zu Schadenersatzzahlungen i.H.v. jeweils US\$ 256 Millionen.⁵⁶⁹ Begünstigte waren alle Kunden, welche zwischen 1993 und 2000 bei einem der Unternehmen etwas verkauft und zwischen 1997 und 2000 etwas gekauft hatten.⁵⁷⁰ Sotheby's musste zusätzlich eine Strafe i.H.v. US\$ 45 Millionen zahlen; Christie's war hiervor durch die Selbstanzeige geschützt.⁵⁷¹ Ebenso verhinderte diese Anzeige eine Verurteilung von Christopher Davidge, welcher von seinem Arbeitgeber abgefunden wurde, das Unternehmen aber umgehend verlassen musste.⁵⁷² Alfred Taubman wurde zu einem Jahr und einem Tag Haft sowie US\$ 7,5 Millionen Strafe verurteilt; Diana D. Brooks zu sechs Monaten Hausarrest – welcher mittels einer elektronischen Fessel überwacht wurde – sowie zu 1000 Stunden Sozialarbeit und US\$ 350.000,-- Strafe.⁵⁷³ Taubman musste zudem den Großteil i.H.v. US\$ 156 Millionen des Schadenersatzes, zu dessen Zahlung das Unternehmen verurteilt worden war, aus eigener Kasse bezahlen.⁵⁷⁴ Sir Anthony Tennant konnte sich als britischer Staatsbürger dem Verfahren entziehen.⁵⁷⁵

Für die beiden Firmen hatte das Verfahren weitreichende Folgen. Parallele Selbstanzeigen in England sowie gegenüber der EU-Kommission zeigten vergleichbare Ergebnisse: Sotheby's wurde zu Strafen verurteilt, Christie's profitierte von analogen Kronzeugenregelungen.⁵⁷⁶ Taubman und Brooks traten mit sofortiger

genommen hatten, da diese nicht von der New Yorker Klage erfasst worden waren (VOGEL: 31.01.2001; VOGEL/BLUMENTHAL: 14.04.2001; KRANHOLD: 17.04.2001).

⁵⁶⁹ STEPHAN: 04.11.2000-2; LABATE: 03./04.02.2001. Hiervon mussten je US\$ 100 Millionen binnen 30 Tagen auf ein Treuhänderkonto einbezahlt werden; weitere je US\$ 106 Millionen nach Rechtskrafterlangung des Urteils. Die verbleibenden je US\$ 50 Millionen durften die Häuser durch Gutscheine ("discount coupons") an die Kunden zahlen, welche bei Inanspruchnahme einer Dienstleistung der Häuser verrechnet wurden. Das Geld wurde von einem eigens eingerichteten Gerichtsbüro an die Kunden entsprechend der Höhe ihres Schadens verteilt (GROPP: 30.09.2000; VOGEL: 21.11.2000; KRANHOLD: 31.01.2001).

⁵⁷⁰ STEPHAN: 01.12.2000.

⁵⁷¹ BARKER: 14.02.2000; KRANHOLD: 23.11.2000; KRANHOLD: 05.02.2001.

⁵⁷² MÜLLER-ULLRICH: 25.02.2000; RINGSHAW/MILNER/CRAIG: 27.02.2000. In der Presse wurde die Abfindung mit US\$ 7,5 Millionen beziffert (STEPHAN: 07.10.2000; AYRES: 12.07.2001).

⁵⁷³ SCHAERNACK: 27./28.04.2002; STEPHAN: 04.05.2002.

⁵⁷⁴ SCHAERNACK: 10.10.2000. Auf freiwilliger Basis zahlte er zudem US\$ 30 Millionen an die anderen Anteilseigner, um deren Wertverlust an Aktien des Unternehmens auszugleichen (STEPHAN: 18.11.2000-2).

⁵⁷⁵ CHAFFIN: 04.05.2001; KRANHOLD: 04.05.2001.

⁵⁷⁶ In der Europäischen Union ist die Bildung eines Kartells gem. Art. 81 und 82 des EU-Vertrages verboten. Diese Vorschriften regeln allerdings nur die Vornahme durch Unternehmen, nicht die tatsächliche Tätigkeit der ausführenden Mitarbeiter. Die von der EU-Kommission verhängte Strafe verdrängte das zunächst eigenständige Verfahren in England, welches noch im Februar 2000 eingestellt wurde (BENNETT: 01.03.2000; LOVENBERG: 05.05.2001; IMMENGA: 23.05.2001;

Wirkung im Februar 2000 von ihren Ämtern zurück.⁵⁷⁷ Beide Unternehmen verkündeten umgehend neue Kommissionsstrukturen.⁵⁷⁸ Die Delikatesse der Affäre hatte zudem ein extensives Presseecho zur Folge; unter dem Thema „Steigt der Preis, sinkt die Moral“ wurde amerikanisches Wirtschaftsstrafrecht sogar für europäische Boulevardzeitungen als Thema attraktiv.⁵⁷⁹

Obwohl die nächstkleineren Häuser Phillips und Bonhams eine identische Gebührenstruktur aufwiesen, war zwischenzeitlich das Vertrauen der Kunden in die Integrität der beiden Häuser in hohem Maße beeinträchtigt. Dadurch hat der „Skandal“ in den Jahren 2000 und 2001 vor allem den Anteil an großen Sammlungen und wichtigen Einzellosen signifikant dezimiert.⁵⁸⁰ Aber die Zahl der Einlieferungen ging auch insgesamt spürbar zurück, besonders bei Sotheby's.⁵⁸¹ Durch die Kronzeugenregelung empfanden viele Verkäufer Christie's als „sichereren“ Partner.⁵⁸² Sotheby's wurde stärker getroffen, da das Unternehmen neben den Schadenersatzzahlungen auch die Strafen zahlen musste: Der Umsatz sank bei gleichzeitig stark steigenden Kosten; das Unternehmen hat seit 1999 keinen Gewinn

MERKER/MUES: 11.05.2002). In der Folge wurde Sotheby's auch in Europa zur Zahlung einer Strafe – i.H.v. Euro 20,4 Millionen - verurteilt (BUCHHOLZ: 09.11.2002).

⁵⁷⁷ BELLET: 24.02.2000; LACEY: 24.02.2000; GIBSON: 26./27.02.2000; LOVENBERG: 29.02.2000. Taubman nutzte die Stimmrechte seiner Aktien, um den Posten als Vorsitzender des Verwaltungsrates von Sotheby's Holdings gegen den Willen des zweitgrößten Investors, Ronald Baron, auf seinen Sohn Robert zu übertragen (STEPHAN: 29.04.2000; ASHWORTH: 21.06.2000; O'CONNELL: 21.06.2000). Diana D. Brooks war noch bis Mai 2000 für Sotheby's beratend tätig, um Objekte für die Sommerauktionen zu akquirieren (BENSINGER: 12./13.05.2000).

⁵⁷⁸ VOGEL: 09.02.2000; CHAFFIN/LEWIS: 22.02.2000; CHAFFIN: 01.03.2000. Die neuen Regelungen, welche besonders Verkäufer hochwertiger Objekte besser stellten, reflektierten das Bestreben der Häuser, vor allem am (profitableren) oberen Ende des Marktes Kunden zu gewinnen (SCHAERNACK: 25./26.02.2000; KOLDEHOFF: 04/2000; VOGEL: 11.05.2000). Außerdem wurde den jeweiligen Mitarbeitern jeder Umgang mit Kollegen untersagt, welche beim anderen Haus arbeiteten, und die Abstimmung der Auktionstermine beendet (BARKER: 07.02.2000; STEPHAN: 25.02.2000; KOLDEHOFF: 05/2000).

⁵⁷⁹ So erschien ein großer Bericht in der deutschen Illustrierten BUNTE (HOFFMANS: 02.03.2000). In Unkenntnis des (zunächst geheimen) Eingeständnisses, mit dem Konkurrenten ein Kartell gebildet zu haben, vermeldete die deutsche BILD-Zeitung, Davidge habe das Unternehmen verlassen müssen, nachdem eine Affäre mit einer 25 Jahre jüngeren Angestellten publik geworden war (BILD vom 07.01.2000). Die Geschichte dieses Kartells wurde - teilweise parallel zum New Yorker Gerichtsverfahren - in Hollywood verfilmt (SCHAERNACK: 30.11./01.12.2001). Der amerikanische Künstler Robert Cenedella schuf nach Alfred Taubmans Verurteilung ein Kunstwerk, welches Taubman in einer Sträflingsuniform zeigt und den Titel "Christie's, Lot 50444-054" trägt – bei dem Zahlencode handelt es sich um Taubmans Gefangenenummer (BENNETT: 05.05.2003).

⁵⁸⁰ PEERS: 24.02.2000; BENNETT: 28.02.2000-2; HERCHENRÖDER: 01/2002.

⁵⁸¹ EATON/VOGEL: 22.02.2000; MELIKIAN: 26./27.02.2000; STEPHAN: 25.03.2000.

⁵⁸² COSTELLO/PEERS: 05./06.05.2000.

mehr erwirtschaften können.⁵⁸³ Zur kurzfristigen Beschaffung von Geldmitteln sah man sich in der Folge sogar gezwungen, die Immobilie der Unternehmenszentrale in New York sowie die Immobilientochter, welche über viele Jahre der einzig profitable Zweig des Unternehmens war, zu verkaufen.⁵⁸⁴

Alfred Taubman selbst hatte nach Beginn der Ermittlungen die Freude an seiner Beteiligung verloren und verkündete Verkaufsbereitschaft.⁵⁸⁵ Über seine Hausbank Morgan Stanley ließ er seine Anteile anbieten – durch das Ermittlungsverfahren war allerdings der Aktienkurs von US\$ 47,-- Ende 1999 auf US\$ 14,-- im Sommer 2002 gefallen.⁵⁸⁶ Dies führte zu zunehmender Unsicherheit im Unternehmen, dessen führende Mitarbeiter in der Folge für Abwerbungen besonders zugänglich waren. Das Auktionshaus sah sich gezwungen, durch (ratenweise ausgeschüttete) Sonderzahlungen das Management zum Verbleib im Unternehmen zu bewegen – eine Maßnahme, die von den Medien die Bezeichnung „Goldene Handschellen“ erhielt.⁵⁸⁷

Bezüglich des Verkaufs der Anteile von Alfred Taubman wurde mit dem Management des Unternehmens vereinbart, diesen für eine Frist von 90 Tagen zu verpflichten, den Käufer mit Sotheby's abzustimmen. Zahlreiche Kandidaten wurden genannt,⁵⁸⁸ allerdings kam es weder in der Frist noch danach zu einem Verkaufsabschluss, so dass sich Taubman nach seiner Entlassung aus der Haft erneut zu seiner Beteiligung bekannte.⁵⁸⁹

⁵⁸³ LEWIS: 01.02.2000; BENNETT: 09.03.2000; STEPHAN: 15.04.2000; PEERS/SCHMITT: 17.05.2000; JONES: 16.11.2000; O'BRIEN: 22./23.02.2003.

⁵⁸⁴ SCHAERNACK: 20./21.12.2002; ZEITZ: 21.12.2002; THIBAUT: 17./18.01.2003; BENNETT: 18.02.2004.

⁵⁸⁵ FRANKS: 10.03.2000; CHAFFIN: 23.02.2001; TEATHER: 22.02.2003.

⁵⁸⁶ CHAFFIN: 03.08.2000; SCHAERNACK: 07./08.06.2002. Der zwischenzeitliche Tiefstand lag bei US\$ 3,1875 (VOGEL: 24.02.2000). Gleichzeitig wurde das Unternehmen im Rating der Banken abgestuft, was Kredite verteuerte (SILVERMAN: 23./24.12.2000).

⁵⁸⁷ BARKER: 02.06.2001; DOWARD: 20.05.2001; VILLINGER: 18.08.2001; GRIBBEN: 09.08.2001. Die Kosten wurden auf US\$ 8,7 Millionen beziffert (HILS-COSGROVE: 10.08.2001; PRYNN: 18.03.2003).

⁵⁸⁸ Darunter neben der Luis-Vuitton-Moët-Hennessy-Gruppe, das Internetauktionshaus eBay, der Sotheby's-Minderheitsseigner Ronald Baron, der Microsoft-Mitbegründer Paul G. Allen sowie der Besitzer des Luxusgüterkonzerns Richemont Group, Anton Rupert (NISSE: 27.02.2000; SCHAERNACK: 18.12.2001; SCHAERNACK: 07./08.06.2002).

⁵⁸⁹ HOLMES: 23.02.2003; KOLDEHOFF: 24.02.2003; ZEITZ: 01.03.2003.

Rückblickend kann festgestellt werden, dass dieses Verfahren Sotheby's deutlich stärker beschädigt hat als den Konkurrenten⁵⁹⁰ – die Wertung der britischen Medien kommt durch die Schlagzeile „Christie's shopped its rival“ zum Ausdruck.⁵⁹¹ So gab es durchaus das Gerücht, Francois Pinault habe das Kartell gebrochen, um den Vertrag mit dem Konkurrenten beenden zu können; andere Quellen geben an, Sotheby's habe ebenfalls kurz vor einer Selbstanzeige gestanden, nachdem man festgestellt habe, dass unter beschlagnahmten Akten sich auch die beweiskräftigen Memos befanden, nur habe Christie's aufgrund seiner Eigentumsstruktur rascher reagieren können.⁵⁹²

Die Stimmung gegen die Auktionshäuser, von der der Handel zwischenzeitlich profitierte, hatte sich allerdings überraschenderweise nach wenigen Monaten wieder gelegt, und die Normalität war zurückgekehrt.⁵⁹³ Lediglich die Akquise für die Frühjahrs- und Sommerauktionen 2000 hatte gelitten. Die Käufer zeigten sich am Ende wenig irritiert; die Geschäftsentwicklung der beiden Häuser war nicht weniger erfolgreich als in den Jahren vor dem Skandal – für Christie's war 2000 sogar das umsatzstärkste Jahr der Unternehmensgeschichte.⁵⁹⁴

Fazit zu **3.2 Ökonomische Interdependenzen**: *Ein Kunstwerk besitzt einen ästhetischen wie einen finanziellen Wert. Der Erwerb wird von den Motiven des Käufers getragen, ästhetischen wie finanziellen Nutzen realisieren zu können. Das Handeln aller Beteiligten sowie deren Einschätzung von Werten und Nutzen sind von hoher Emotionalität gekennzeichnet. Die Werte wie das Potential, Nutzen zu realisieren, sind im Objekt selbst begründet, unterliegen aber mannigfaltigen gesellschaftlichen Einflüssen, welche in aller Regel erst mit zeitlichem Abstand erkennbar werden.*

⁵⁹⁰ BARKER: 14.02.2000; HENLE: 04.03.2000; SCHAERNACK: 12./13.05.2000; CHAFFIN: 19.07.2001.

⁵⁹¹ RINGSHAW/MILNER/CRAIG: 27.02.2000.

⁵⁹² HERCHENRÖDER (2000): 53; WEYER: 26.02.2000; STEPHAN: 15.04.2000. Ein weiteres Gerücht war, dass die Ende 1999 entlassene Präsidentin von Christie's Nordamerika, Patricia Hambrecht, das Kartell aus Rache publiziert hätte (BARKER: 05.07.2001).

⁵⁹³ BLECHEN: 04.03.2000; GREGORY: 04.03.2000; WEDEL: 04.03.2000; MALLALIEU: 15.10.2000.

⁵⁹⁴ BENSINGER: 10.05.2000; CHAFFIN: 10.05.2000; CHAFFIN/THORNCROFT: 10.05.2000; VOGEL: 11.05.2000; POLLAK: Summer 2000.

Zu diesen gesellschaftlichen Einflüssen kommt die ökonomische Situation des Kunstmarktes wie auch anderer Märkte hinzu. Insgesamt wird man konstatieren können, dass der Kunstmarkt sich, wenn auch wegen seiner stark dezentralen Organisation und vergleichsweise geringen Umschlagshäufigkeit relativ langsam, den sonstigen Gesetzmäßigkeiten des Marktgeschehens und seiner konjunkturellen Zyklen unterwirft, nachdem er bis in die 1970er Jahre hinein als Nischenveranstaltung von Liebhabern hiervon weitgehend unberührt geblieben war.

In der Folge stellt sich das Investieren in Kunst stärker denn je als Langzeitengagement dar. Professionelle Investmentplanung und Fondgestaltung haben Rekordpreise als Augenblickseffekte dekuviert. Festzustellen bleibt, dass Kunst nur in Ausnahmefällen einen Gewinn abwirft, vor allem aber auch während der gesamten Investitionsphase Geld kostet. Die Bewegung im Kunstmarkt bedingt eine langfristige Geldanlage, um gegenläufige Strömungen abwarten zu können. Sogar der Absatz selbst dauert erheblich länger als bei Aktien, zudem entstehen dabei deutlich höhere Absatzkosten. Im Unterschied zu Aktien werfen Kunstwerke auch keine jährliche Rendite ab.

Werden die ökonomischen Gesetzmäßigkeiten des Kunstmarktes durch Kartellbildung unterlaufen, so führt dies unmittelbar zu einer Steigerung der Preise einer Dienstleistung im Bereich Ankauf und Absatz und damit zur Zunahme der Transaktionskosten. Das Christie's-Sotheby's-Kartell der 1990er Jahre hat sicherlich die Bilanzen der beiden Häuser verbessert. Die nach seiner Aufdeckung vor allem in den Medien geführte Diskussion um geschäftliche Moral hat jedoch das Kräfteverhältnis auf dem Kunstmarkt nicht dauerhaft verändern können. Die Hoffnungen der konkurrierenden Auktionshäuser und Händler, Christie's und Sotheby's würden diese Krise nicht überleben, haben sich nicht erfüllt.

3.3 Juristische Rahmenbedingungen

Die juristischen Rahmenbedingungen des Kunstmarkts werden von den nationalen Gesetzen vorgegeben. Für die Mitgliedstaaten der Europäischen Union (EU) gilt zudem das den nationalen Vorschriften übergeordnete Gemeinschaftsrecht. Hinzu

kommen internationale Schutzvorschriften und Konventionen.⁵⁹⁵ Einfluss auf die Nachfrage haben darüber hinaus Erbschafts- und Steuergesetzgebung.

3.3.1 Zoll, Steuern, Kulturgutschutz

Die Europäische Union ist ein einheitliches Zollgebiet ohne innere Grenzen und funktioniert wie ein nationaler Markt. Die Zolltarife für die Einfuhr von Ware aus Drittländern sind für jeden Mitgliedstaat gleich; Kunst wird nicht mit einem Einfuhrzoll belegt. Einfuhrbeschränkungen einzelner Länder sind gem. Art. 30, 34 EU-Vertrag verboten.

Unterschiede gibt es bei der Höhe der Mehrwertsteuer.⁵⁹⁶ Diese wird bei einem Verkauf fällig und ist bei Kunstwerken gegenüber sonstigen Handelswaren reduziert.⁵⁹⁷ Handelt es sich um ein Kunstwerk aus einem Mitgliedstaat, so wird auf den Kaufpreis ein reduzierter Steuersatz aufgeschlagen, der mindestens 5% beträgt.⁵⁹⁸ Wurde das Objekt zum Verkauf aus einem Drittland eingeführt, wird der volle Mehrwertsteuersatz fällig (und gleicht damit auch die fehlende Einfuhrsteuer aus).⁵⁹⁹ Er beträgt mindestens 15%. Die unterschiedlichen Steuersätze der EU-Mitglieder werden vor allem vom Handel als Verkaufshemmnisse gesehen; nachdem für Geschäfte des Internet im Jahr 2003 eine einheitliche Besteuerung geschaffen wurde, ist zu erwarten, dass diese auch für den regulären Handel Geltung erlangt.⁶⁰⁰

⁵⁹⁵ Beispielsweise internationale Artenschutzabkommen (CITES) zum Schutz bedrohter Tierarten (WELTER: 24.11.2002), die Unesco-Konvention von 1970, das "Übereinkommen über Maßnahmen zum Verbot und zur Verhütung der unzulässigen Einfuhr, Ausfuhr und Übereignung von Kulturgut" (ERCHE: 10.08.2002) oder die UNESCO-Konvention Unidroit; vgl. 4.4.2.1 – *Gutgläubiger Erwerb*.

⁵⁹⁶ BENNETT: 10.03.2003.

⁵⁹⁷ VORMBROCK (2002-3): 9.

⁵⁹⁸ Lediglich Großbritannien hatte bis zum 30.06.1999 einen ermäßigten Steuersatz i.H.v. 2,5% (ATKINSON: 22.06.1999; BLACK/ATKINSON: 16.02.2000). Dieser wurde jedoch im Zuge der Harmonisierung an die Sätze der übrigen Mitgliedstaaten angeglichen - unter großen Protest des britischen Kunsthandels und obwohl die britische Regierung versuchte, bei der Europäischen Kommission eine europaweite Senkung auf 2,5% durchzusetzen (BARKER: 01/1999; THIBAUT: 04.05.1999; THORNCROFT: 04.05.1999). Die Anhebung führte zur Schließung zahlreicher regionaler Verkaufs- und Versteigerungsräume in Großbritannien, so z. B. der schottischen Christie's-Niederlassung (INNES: 26.02.1999). Zum nationalen Ausgleich senkte Großbritannien die Einfuhrumsatzsteuer auf nach 1973 entstandener Kunst von 17,5% auf 5% (THIBAUT: 09./10.07.1999; SCHÜRENBURG: 10.07.1999).

⁵⁹⁹ Richtlinie 77/388 vom 17.05.1977 bzw. 94/5 vom 14.02.1994.

⁶⁰⁰ THIBAUT: 28.02./01.03.2003.

Damit ein Objekt als Kunstwerk gewertet und mit dem reduzierten Steuersatz versehen werden kann, muss es das Produkt eines „künstlerischen Prozesses“ sein.⁶⁰¹ Im Gegensatz zu allen anderen Mitgliedstaaten gesteht der deutsche Gesetzgeber dies der Photographie nicht zu; Photos werden daher mit dem regulären Satz belegt.⁶⁰²

Welch hohen Einfluss die Steuergesetzgebung auf einen nationalen Kunstmarkt hat, konnte man seit 2002 an der Entwicklung des deutschen Marktes ablesen: Im Zuge einer politischen Diskussion über die Erhöhung der Mehrwertsteuer für Kunstwerke auf den vollen Steuersatz eröffneten viele Galerien Niederlassungen in der Schweiz, um ihre Geschäfte über ein Unternehmen im Nicht-EU-Bereich abzuwickeln.⁶⁰³ Zudem werden ganz generell viele Verkäufe, die auf Kunstmessen angebahnt wurden, erst später vollzogen: Liegt die Galerie in einem Staat, dessen Mehrwertsteuersatz niedriger ist als derjenige des Staates, in dem die Messe stattfindet, spart der Käufer die Differenz.⁶⁰⁴

In allen Ländern der EU wird das Sammeln von Kunst steuerlich begünstigt. Sobald die Kunstwerke der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, eröffnet die Steuergesetzgebung dem Sammler eine Abzugsmöglichkeit.⁶⁰⁵ Im Idealfall wartet der Sammler bis die steuerliche Erstattung, die an den Marktwert gebunden ist, über dem Einkaufspreis liegt, weil der Marktwert gestiegen ist. Sollte er beim Verkauf eines Objekts aus seiner Privatsammlung einen Gewinn erwirtschaften, so ist dieser steuerfrei.⁶⁰⁶

⁶⁰¹ VORMBROCK (2002-3): 9.

⁶⁰² Die Definition befindet sich in den Anlagen 53 und 54 des §12 Abs. 2 des Umsatzsteuergesetzes. Im Urheberrecht wird Photographie jedoch auch in Deutschland als Kunst angesehen und ist somit folgerechtspflichtig (HERSTATT: 30.08.2001; MERKER/ MUES: 28.12.2002).

⁶⁰³ HERCHENRÖDER: 20./21.12.2002; HERCHENRÖDER: 13./14.06.2003-2. In Deutschland wurde die Anhebung des vergünstigten Mehrwertsteuersatzes von 7% auf die reguläre Höhe von 16% diskutiert, jedoch nach Protesten nicht umgesetzt (GROPP: 02.11.2002). Händlerumfragen haben ergeben, dass mindestens 20% der deutschen Sammler ihre Kunst im Ausland kaufen und aufbewahren (THIBAUT: 05.03.2002).

⁶⁰⁴ VALENTIN: 19./20.03.2002; THORNCROFT: 08./09.03.2003. Ähnliche Sparmöglichkeiten ermöglicht die Steuergesetzgebung des Staates New York. Dort wird eine New York City Tax i.H.v. 8,25% erhoben, wenn das gekaufte Objekt nicht in einen anderen Staat verbracht wird. In der Folge werden viele Objekte mit Transportadressen in andere US-Staaten versendet, in denen der Käufer ein Feriendomizil unterhält, um später doch in Manhattan zugestellt zu werden. (RUSHE: 09.03.2003; SCHAERNACK: 28./29.03.2003; ZEITZ: 29.03.2003).

⁶⁰⁵ BONUS/RONTE (1997): 114.

⁶⁰⁶ Sofern der Sammler das Kunstwerk mindestens 12 Monate besessen hat; anderenfalls wird der Verkauf steuerrechtlich als Spekulationsgeschäft gewertet und der Gewinn muss als sonstiges Einkommen versteuert werden (HERCHENRÖDER: 15./16.11.2002; METZGER: 09.12.2002;

In Deutschland unterliegen Kunstwerke grundsätzlich der Erbschafts- und Umsatzsteuer. Lediglich in der Liste nationalen Kulturguts verzeichnete Kunstwerke werden von der Steuerbehörde privilegiert,⁶⁰⁷ indem sie von der Erbschaftssteuer ausgenommen werden. Wenn man Kunst 20 Jahre lang besitzt und sie davon 10 Jahre der Öffentlichkeit zugänglich macht, werden diese Arbeiten ebenfalls von der Erbschaftssteuer freigestellt, auch wenn sie nicht auf der Liste stehen; die Erben können die Öffentlichkeit auch im Nachhinein noch herstellen.⁶⁰⁸ Außerdem erlischt die Erbschaftssteuer bezüglich eines konkreten Kunstwerkes, wenn die Erben das Objekt innerhalb eines Jahres dem deutschen Staat, einem deutschen Bundesland, einer deutschen Gemeinde oder inländischen Stiftung schenken.⁶⁰⁹ In Frankreich, Italien, Belgien, Spanien, Großbritannien und Deutschland kann man zudem Erbschaftssteuern auf sonstige Nachlasswerte durch die Schenkung von Kunstgegenständen, sog. Dotationen, aus dem Nachlass begleichen.⁶¹⁰ Es kann aber festgehalten werden, dass der Großteil der vererbten Kunstwerke mangels Aufzeichnungen vererbt wird, ohne diese bei der Nachlassbemessung zu berücksichtigen.⁶¹¹

Zudem wird regelmäßig über weitere Abgaben diskutiert, durch welche die Kunstbetriebe das Steueraufkommen erhöhen könnten. In Deutschland plante der damalige Staatsminister für Kultur, Julian Nida-Rümelin, eine pauschale Abgabe beim Kauf von Kunst zur Unterstützung der zeitgenössischen Kunstproduktion, welche den Arbeitstitel „Mozartpfenning“ erhielt.⁶¹² Nach Nida-Rümelins Ablösung wurde der Plan aufgrund starker Proteste nicht umgesetzt. In Österreich wurde eine Ausstellungsabgabe diskutiert – 14% der Eintrittsgelder sollten das Urheberrecht der

MANNES: 01/2003; zur betriebswirtschaftlichen Problematik von privaten Kunstverkäufen und deren Versteuerung vgl. GONZALEZ/WEISS (2000)). Pläne zur Aufhebung der 12-Monats-Frist mit der Folge der generellen Steuerpflicht bei Verkäufen von Kunstgegenständen konnten sich nicht durchsetzen (HERCHENRÖDER: 17./18.01.2003; IMDAHL: 18.01.2003; MANNES: 03/2003; SCHULTZ: 04/2003).

⁶⁰⁷ Rechtsgrundlage sind §1, Abs. 3 KulturgutsicherungsG i. V. m. §13, Abs. 2, Nr. 2 ErbschStG. Früher wurden auf der Liste verzeichnete Kunstwerke auch nicht bei der Berechnung des steuerpflichtigen Vermögens veranschlagt (§115, Abs. 2, Nr. 3 BewG a. F.).

⁶⁰⁸ HERSTATT (2002): 88; WIENSOWSKI: 03/2001.

⁶⁰⁹ PICKER (2000): 446.

⁶¹⁰ HEINICK: 04.08.2001; BARKER/RUMP: 15.03.2003.

⁶¹¹ GROSS: 13.09.2003.

⁶¹² ZIELCKE/KOTTEDER: 29.11.2000; BISCHOFF: 01/2001.

Künstler, deren Werke gezeigt wurden, sowie bis zu 70 Jahre nach deren Tod deren Erben, entgelten. Auch dieses Vorhaben ist gescheitert.⁶¹³

Die Ausfuhr von Kulturgütern ist mehr oder weniger strengen nationalen Regelungen unterworfen. Zu diesen nationalen Gesetzen gehören auch die jeweiligen Umsetzungen der EU-Richtlinie 93/7.⁶¹⁴ Nach dieser Richtlinie richtet sich der Status des Kulturguts wie in allen anderen Mitgliedstaaten seither nach dem Wert des Stückes. Eine Annexliste führt detailliert alle Sachgebiete auf, deren Stücke (ab einer gewissen Wertgrenze) unter den Schutz der entsprechenden nationalen Gesetze fallen.⁶¹⁵ Die Schutzvorschriften erfordern eine Ausfuhrgenehmigung, welche von dem Mitgliedstaat erstellt wird, in dem sich das Stück rechtmäßig befindet, und die dann 12 Monate Gültigkeit besitzt.⁶¹⁶ Liegt der Wert eines Kunstwerks über der Grenze der Annexliste, muss der Besitzer folglich eine Ausfuhrgenehmigung beantragen, wozu auch ein Nachweis über einen rechtmäßigen Eigentumserwerb gehört. Noch während des Genehmigungsverfahrens können die nationalen Museen die Stücke zum Kulturgut erklären und so die Ausfuhr verhindern.⁶¹⁷

Kulturgut, welches durch diese nationalen Umsetzungsgesetze i. V. m. der Annexliste geschützt ist, unterliegt auch dann dem Schutz durch eben dieses Gemeinschaftsrecht, wenn es nicht aus der EU exportiert, sondern nur unrechtmäßig in einen anderen Mitgliedstaat verbracht wurde. Es muss dann an seinen Ursprungsort zurückgeschafft werden.

Bei den sonstigen nationalen Ausfuhrvorschriften gibt es starke Unterschiede. So ist z. B. generell die belgische Regelung besonders offen, da der belgische Staat kein Kunstwerk ohne Einwilligung des Eigentümers unter Schutz stellen kann.⁶¹⁸ Zudem

⁶¹³ HEISE-SAPPER: 17./18.03.2000.

⁶¹⁴ Vom 15.03.1993. Diese Richtlinie wurde bislang nur von wenigen Mitgliedstaaten umgesetzt.

⁶¹⁵ Die Exportschwellenwerte liegen für Gemälde bei Euro 150.000,--, für Skulpturen, Bücher, Münzen und Ausgrabungen bei Euro 50.000,-- und bei Graphik und Photographien bei Euro 15.000,-- (HERCHENRÖDER: 17./18.04.1998).

⁶¹⁶ BYRNE-SUTTON/GEISINGER-MARIETHOZ (1999): 22.

⁶¹⁷ HERCHENRÖDER: 17./18.04.1998. Wird die Ausfuhr genehmigt und hat das Werk erst kurz zuvor den Besitzer gewechselt, kommt es auch zuweilen zu Verfahren zwischen dem damaligen Verkäufer und dem Käufer, weil die damalige Situation den Verkaufspreis beeinflusst hat. In aller Regel jedoch wird ein Schadensersatzanspruch des Ausführenden abgelehnt (WEISBROD: 04/2003).

⁶¹⁸ Entsprechend gering ist die Zahl der denkmalgeschützten Objekte, die für das gesamte Land unter der Vergleichszahl für Amsterdam liegt (HERSTATT (1988): 116).

hat der Staat keinerlei Vorkaufsrecht.⁶¹⁹ Für die Ausfuhr stellt sich letztlich die Frage, in welchem Landesteil sich das Objekt befindet: Flandern verfährt nach dem Enumerationsprinzip; die dortige Liste umfasst rund 4.500 Objekte. Die Wallonie hingegen verfährt nach dem europaweit harmonisierten System der Wertschwelle, welches jedes Objekt, das die Schwelle seiner Sparte überschreitet, unter Schutz stellt. In Großbritannien hingegen wird über jedes Stück anhand eines Fragenkataloges einzeln entschieden; die Erstellung einer Liste nationalen Kulturgutes wurde nicht umgesetzt.⁶²⁰

Besonders streng sind dagegen die entsprechenden Vorschriften in den Ländern, in denen das kulturelle Erbe eine der wichtigsten Ressourcen bildet. In Spanien, Griechenland und besonders Italien ist die staatliche Kontrolle sehr streng.⁶²¹ Dies verhindert nicht nur den Transport ins Ausland, um Objekte dort anzubieten, sondern reduziert auch das internationale Interesse an nationalen Auktionen oder Kunsthandelsangeboten.⁶²² Außerdem hat man, wenn man eine Ausfuhrgenehmigung erlangt hat, eine Ausfuhrsteuer i. H. v. bis zu 30% zu entrichten. Darüber hinaus verfügt der italienische Staat nicht nur über ein Vorkaufsrecht, sondern auch über die Möglichkeit der Enteignung.⁶²³

In Deutschland galt für die Ausfuhr von Kunstwerken bislang ausschließlich das liberale Enumerationsprinzip. Hierbei werden Stücke, die vom Staat als "nationales Kulturgut" eingeschätzt wurden, in eine Liste eingetragen.⁶²⁴ Es werden nur Objekte erfasst, die sich in Privatbesitz befinden, da die Liste keinen denkmalrechtlichen

⁶¹⁹ Lediglich Staatseigentum ist Exportkontrollen unterworfen (Belgisches Gesetz zur Ausfuhr vom 07.08.1931).

⁶²⁰ VOGGENAUER: 07.09.1996.

⁶²¹ DRINKUTH (2003): 13; HERSTATT: 06.09.2001.

⁶²² CLAUSEN: 12./13.01.2001.

⁶²³ CLAUSEN: 11./12.08.2000. Trotzdem findet auch hier immer wieder eigentlich unter staatlichem Schutz stehende Ware ihren Weg nach London oder New York. Entweder illegal durch Schmuggel oder aber unter Ausnutzung von Gesetzeslücken oder "freierer" Auslegung der Vorschriften. So hat der italienische Staat der Firmenleitung von Sotheby's vorgeworfen, die Exportlizenzen für die Sammlung von Giuseppe Rossi, der 1946 Teile der königlichen Sammlungen aufgekauft hatte, jeweils einzeln beantragt zu haben. Die Bedeutung der Sammlung ist den Behörden erst durch den umfangreichen Katalog bewusst geworden, den das Unternehmen erstellt hat, um die Sammlung im März 1999 in London zu versteigern (OWEN: 11.03.1999, VOGGENAUER: 20.03.1999). Immer wieder werden auch Kunstsammler oder -erben angeklagt, selbst geschützte Teile ihrer Sammlungen außer Landes zu bringen, so z. B. im März 1999 Mitglieder der Familie Corsini, Erben der größten Florentiner Kunstsammlung (JOHNSTON: 30.03.1999).

Substanzschutz gewährleisten kann – diese Zuständigkeit liegt bei den Bundesländern.⁶²⁵ Nach erfolgter Eintragung bedarf die Ausfuhr einer Genehmigung; bei der Eintragung handelte es sich folglich um ein “Verbot mit Erlaubnisvorbehalt”.⁶²⁶ Mit dieser Regelung steht die Bundesrepublik allerdings teilweise im Gegensatz zu besagter Richtlinie 93/7. Die Umsetzung dieser Richtlinie in nationales Recht sollte durch das Kulturgutsicherungsgesetz vom 15.08.1998 erfolgen, welches aber keine parlamentarische Mehrheit fand und zurückgezogen wurde.⁶²⁷

Das Prinzip der Wertschwellen ist in Frankreich schon seit 1992 gültig. Das Ausfuhrzertifikat galt hier zunächst für fünf Jahre. Gerade im Hochpreisbereich bedeutete eine Ablehnung einen starken Wertverlust; nachdem der Staat deswegen in verschiedenen Fällen zu Schadensersatzzahlungen verurteilt worden war, wurde das Gesetz im Jahr 2000 überarbeitet. Für Kunstwerke, die älter als 100 Jahre sind, gilt die Ausfuhrgenehmigung seither unwiderruflich und fristlos.⁶²⁸ Bei jüngeren Stücken wurde die Gültigkeit der Ausfuhrgenehmigung auf 20 Jahre ausgedehnt. Bei Verweigerung der Genehmigung ist der Staat verpflichtet, das Kunstwerk zum internationalen Marktpreis anzukaufen oder zum kulturellen Erbe zu erklären.⁶²⁹

Die USA spielen auf der Seite der Käufer die Hauptrolle im internationalen Kunsthandel; über die Hälfte aller weltweiten Importe gehen dorthin. Auch deshalb kennt das US-Recht keinerlei Vorschriften zum Schutz von Kulturgut.⁶³⁰

Die Schweiz kannte ursprünglich ebenfalls keinerlei Bestimmungen zum Schutz von Kulturgut. Dies lag weniger an der Zahl der Verkäufe in das Land als an seiner Rolle als Transitland und Umschlagplatz für Kunst. Die Rechtsordnung kannte daher auch

⁶²⁴ Rechtsgrundlage ist das “Gesetz zum Schutz deutschen Kulturgutes gegen Abwanderung” (KgutschG) aus dem Jahre 1955.

⁶²⁵ LÖHR: 14/2003.

⁶²⁶ Gem. §1, Abs. 4 KgutschG (UHL (1993): 64).

⁶²⁷ BYRNE-SUTTON/GEISINGER-MARIETHOZ (1999): 36; HEUER: 11/2001; LÖHR: 14/2003.

⁶²⁸ GRIMM-WEISSE: 30.06./01.07.2000; LAMBERDIERE: 29.12.2001.

⁶²⁹ ERBSLÖH: 05./06.05.2000-2; HEINICK: 26.08.2000-2. Die Mittel hierzu werden aus dem allgemeinen Steueraufkommen entnommen; ihre während des Gesetzgebungsverfahrens geplante Aufstockung durch Erlöse der staatlichen Lotterie wurde nicht verwirklicht (HEINICK: 23.01.1999; HEINICK: 11.03.2000-2).

⁶³⁰ UHL (1993): 102.

keine den grenzüberschreitenden Handel beschränkenden Bestimmungen.⁶³¹ Erst im Jahr 2003 wurde ein Gesetz zum Kulturgütertransfer vom Schweizerischen Nationalrat angenommen, welches sich an EU-Regelungen orientiert.⁶³² Die Zuständigkeit für den Export von Kunstgegenständen liegt bei den Kantonen. Zu statistischen Zwecken muss allerdings jeder Export bei der Behörde gemeldet werden, unabhängig von der Erfassung des konkreten Gegenstandes durch die Liste. Zudem wurde eine dem Bundesamt für Kultur unterstellte „Kunstpolizei“ eingeführt, welche umfangreiche polizeiähnliche Handlungsvollmachten besitzt, um die Einhaltung des Gesetzes zu überwachen.⁶³³

Der Schweizer Mehrwertsteuersatz beträgt nur 7,6% und entspricht daher dem ermässigten Satz der Staaten der EU. Neben dem hohen Anteil von Fremdkapital ist dies der Grund für den großen Erfolg von Uhren- und Schmuckauktionen in Genf oder Zürich.⁶³⁴

Die wichtigste Rolle der Schweiz auf dem internationalen Kunstmarkt ist die eines Zwischenlagers von Kunstgegenständen. Die dortigen Freihäfen sind auf die Lagerung von Kunstwerken ausländischer Eigentümer zugeschnitten. Dort eingelagerte Stücke unterliegen nicht der Mehrwertsteuer und keinem Einfuhrzoll. Die Freihäfen sind mittlerweile regelrechte Dienstleistungszentren, mit Restaurierungswerkstätten, aber auch Galerien zum Absatz der eingebrachten Ware.⁶³⁵ Der Verkauf innerhalb des Freihafens ist ebenfalls nicht mehrwertsteuerpflichtig.⁶³⁶

⁶³¹ UHL (1993): 102; NEUMEISTER: 07.06.2003.

⁶³² NEUMEISTER: 21.06.2003.

⁶³³ FABER-CASTELL: 27./28.06.2003.

⁶³⁴ FABER-CASTELL: 13.06.2000; GROPP: 23.11.2002.

⁶³⁵ Freihäfen in Basel, Genf, Zürich und Chiasso.

⁶³⁶ BYRNE-SUTTON/GEISINGER-MARIETHOZ (1999): 64.

3.3.2 Das Folgerecht

Das Folgerecht gilt in der öffentlichen Diskussion als eine das Marktgeschehen am stärksten beschränkende Vorschriften. Seine Neuordnung wird nach einhelliger Auffassung die Zukunft des Kunstmarktes in hohem Maße bestimmen.

3.3.2.1 Begriff und Geschichte

Als Folgerecht bezeichnet man das Recht der bildenden Künstler auf prozentuale Beteiligung am Erlös im Falle der Weiterveräußerung von ihren Kunstwerken im Kunsthandel. Es trägt dem Umstand Rechnung, dass bildende Künstler ihr Werk nur einmal verkaufen können, so dass sie von späteren Wertsteigerungen ihrer Arbeit (ohne Folgerechtsregelung) ausgeschlossen wären. Für alle übrigen Urheber gilt dies nicht; sie können im Rahmen einer gesetzlichen Schutzfrist die Weiterverwertung ihrer Werke beeinflussen - durch Verbote oder Genehmigungen, die dann in aller Regel bezahlte Lizenzierungen sind.⁶³⁷

Ursprünglich war das Folgerecht ein Recht zur tatsächlichen Verfolgung - es stand den französischen Kapitänen zu, welche die Piraten verfolgen durften, die Schiffe in den neutralen Häfen angegriffen hatten.⁶³⁸ Die Idee der übertragenen Anwendung auf Kunstwerke kam bereits unter der Regierung Ludwigs XVI. im Jahr 1787 auf, wurde allerdings erst 1920 gesetzlich umgesetzt. Seither gilt dieses "droit de suite" in Frankreich.⁶³⁹

Zahlreiche Staaten haben das Folgerecht später gesetzlich anerkannt. In Deutschland wurde es 1972 wirksam eingeführt.⁶⁴⁰ Regelungen zur Durchsetzung des Rechts existierten in den Staaten der Europäischen Union (EU) mit Ausnahme von Irland, den Niederlanden, Österreich und ausgerechnet Großbritannien. Letztgenannte

⁶³⁷ UNVERZAGT/HARZER (1998): 8. In dem Maße, in dem Gerichte Entwürfen für Industrieobjekten Kunstcharakter zugesprochen haben (z. B. Marcel Breuer, Wilhelm Wagenfeld), gilt auch für diese Künstler und deren Erben das Folgerecht (PECHER: 06/2002; HERSTATT: 25.09.2003).

⁶³⁸ o. A.: "Le Droit de Suite", in: Guide des Ventes Publiques", No. 79 vom Mai 1971.

⁶³⁹ LOVENBERG: 06.02.1999.

⁶⁴⁰ Eine Folgerechtsregelung gilt zwar seit 1965, erst mit der Gesetzesnovelle von 1972 wurden jedoch die Instrumente zur Umsetzung und Verfolgung geschaffen (WILD: 24.02.1999).

Staaten wurden durch die Harmonisierung von 2001 zur Einführung des Folgerechts durch eine EU-Richtlinie verpflichtet.

Die verschiedenen Rechtssysteme sehen zwei Grundformen des Folgerechts vor, das System der Erlösbeteiligung und das Gewinnanteilsystem. In beiden Fällen wird der Künstler prozentual am Erlös des Wiederverkaufes seines Werkes beteiligt, beim Gewinnanteilsystem allerdings nur dann, wenn der Verkäufer einen Gewinn realisieren konnte. Obgleich dieses Gewinnanteilsystem der Grundidee des Folgerechts entspricht, den Künstler am Wertzuwachs seiner Werke teilhaben zu lassen, wird in den meisten europäischen Ländern, unter anderem auch in Deutschland, das System der Erlösbeteiligung angewendet.

Durchgesetzt wird das Folgerecht in allen Staaten durch Verwertungsgesellschaften, die die Abgaben beim Pflichtigen einziehen und an die Berechtigten weiterleiten. Dies können auch Ausländer aus den EU-Mitgliedstaaten sein, die das Folgerecht nicht anerkennen. Bürger von Drittländern erhalten den gesetzlichen Schutz jedoch nur dann, wenn ihr Staat das Folgerecht anerkennt.⁶⁴¹

Der wirtschaftliche Erfolg einer Ausnutzung des Folgerechts ist abhängig von der Organisation, der Transparenz und nicht zuletzt dem Erfolg des Marktes. Der Kunstmarkt der westlichen Industrienationen ist durch die Struktur Auktionshandel und Galeriehandel für Finanzbehörden vergleichsweise transparent, eine Rechtsverfolgung, die bei dem Wissen um einen Verkauf beginnt, daher vergleichsweise einfach. In aller Regel arbeiten die Verwertungsgesellschaften mit den großen Organisationen der Kunsthändler und der -versteigerer zusammen. Die Höhe der Abgaben liegt zwischen 3% und 5% des Verkaufserlöses. Die Folgerechtsabgabe ist außerdem mehrwertsteuerpflichtig.

In Deutschland ist die Wahrnehmung des Rechts seit 1980 modellhaft organisiert: Verwertungsgesellschaften haben mit sämtlichen Vereinigungen des Kunsthandels einen Vertrag geschlossen, nach dem die fälligen Beträge von den Galerien mit einer

⁶⁴¹ Diese Regelung widerspricht allerdings dem Antidiskriminierungsgebot der EU. Da der Bürger eines Landes, dessen Rechtsordnung kein Folgerecht kennt, nicht aufgrund seiner Staatsangehörigkeit

jährlichen Pauschale in Höhe von 1,2% des gesamten Umsatzes beglichen werden.⁶⁴² Dies senkt nicht nur die Verwaltungskosten der Verwertungsgesellschaften, sondern zeigt auch, dass eine Rechtswahrnehmung der bildenden Künstler ähnlich effizient organisiert werden kann wie z. B. die der Musiker. Die Folgerechtsabgabe wird zusammen mit den Beiträgen zur Künstler-Sozialversicherung eingezogen. Zahlt der Händler nicht über die Ausgleichsvereinigung, werden die Beträge direkt an die Künstler-Sozialversicherung gezahlt.⁶⁴³

3.3.2.2 Die Harmonisierung

Die Harmonisierungsbestrebungen der EU hatten auch dieses Rechtsgebiet erfasst, seit die Kommission 1996 vorschlug, dieses Recht in allen Mitgliedstaaten einzuführen und die einzelnen Regelungen anzugleichen.⁶⁴⁴ Die Neuregelung wurde in einem langwierigen Verfahren gegen den Willen Großbritanniens durchgesetzt, welches das Land mit dem umsatzstärksten Kunstmarkt in Europa ist und den Wettbewerbsvorteil der Folgerechtsfreiheit möglichst dauerhaft aufrechterhalten wollte.⁶⁴⁵ Bis zum Jahr 2006 mussten alle EU-Mitglieder ihr nationales Recht dem Gemeinschaftsrecht anpassen.⁶⁴⁶

diskriminiert werden darf, ist vorstellbar, dass er aus diesem Grund Anspruch auf eine Folgerechtsgebühr hat, wenn sein Werk in einem Staat mit Folgerecht verkauft wird.

⁶⁴² PFENNIG (1998): 4; LOVENBERG: 06.02.1999. Der Satz wurde zwar für 1998 auf 2,4% verdoppelt, für 1999 jedoch wieder auf das Niveau von 1997 zurückgenommen (WILD: 24.02.1999).

⁶⁴³ VORMBECK (2002-2): 2; OTTO: 10/1999. Der Betrag errechnet sich dann nach jedem einzelnen Wiederverkauf mit einem Erlös von über Euro 50,--, von dem 5% abgeführt werden muss (gem. §26 Abs. 1 UrhG).

⁶⁴⁴ Der Vorschlag wurde in der Direktive "EU COM (96) 97 Final" publiziert und wurde 1997 von Europäischen Parlament bestätigt.

⁶⁴⁵ ATKINSON: 26.02.1999; WILMES: 04.06.1999; BENNETT/GIMSON: 26.06.1999; EHRET: 08/1999. In Großbritannien wird zwischen einem Fünftel und einem Viertel des Weltumsatzes des Kunsthandels getätigt, was ca. 70% des EU-Kunsthandels entspricht. Zum Vergleich: Im Deutschland nur etwa 4-5% (SCHMIDT-WERTHERN: 13.03.1999; HARGREAVES/THORNCROFT: 17.03.2000).

⁶⁴⁶ Allerdings gilt ab 2006 zunächst eine 6-jährige Übergangsregelung, während derer das Folgerecht nur auf Werke noch lebender Künstler angewendet wird; es wird befürchtet, dass Länder, welche bislang noch kein Folgerecht kennen, mit einer nationalen Umsetzung der Richtlinie bis zu diesem Zeitpunkt warten. Nutzt ein Staat alle zur Verfügung stehenden Mittel aus, die Umsetzung der Richtlinie in nationales Recht zu verzögern, kann die Übergangsfrist bis zu 15 Jahre betragen (HARGREAVES: 16.03.2000; THIBAUT: 21.03.2000; LOVENBERG: 25.03.2000; ERHARDT: 15.06.2001). Zudem wird 2009 durch die Europäische Kommission eine erneute Überprüfung der Regelung auf Eintritt der beabsichtigten Vorteile unternommen (MERKER/MUES: 30.08.2003).

Die im September 2001 erlassene Richtlinie der EU-Kommission⁶⁴⁷ sieht vor, je nach Weiterverkaufspreis des Werkes degressive Folgerechtsabgaben vorzuschreiben. Das Folgerecht steht jedem lebenden Künstler zu und ist von ihm vererbbar. Nach seinem Tode gilt es noch 70 Jahre lang.⁶⁴⁸ Ein Verkauf des Rechts zu Lebzeiten ist unzulässig sein, um Missbrauch wie einer Abtretung über die allgemeinen Geschäftsbedingungen des Agenten oder Galeristen vorzubeugen.

Die Festsetzung der Schwelle, ab welcher das Folgerecht greift, wird den nationalen Gesetzgebungen überlassen, sofern diese Schwelle Euro 3.000,-- nicht übersteigt.⁶⁴⁹ Die degressive Vergütung sieht folgende Staffelung vor: Bis zu einem Verkaufspreis von Euro 50.000,-- beträgt die Abgabe 4%; bis Euro 200.000,-- 3%, bis Euro 350.000,-- 1% und bis Euro 500.000,-- 0,5%.⁶⁵⁰ Ab dieser letzten Grenze erhält der Künstler noch 0,25% des Erlöses. Diese Zahlen sind verbindlich; lediglich der Höchstbetrag darf bis zu 5% umfassen. Insgesamt darf die Folgerechtsabgabe den Betrag von Euro 12.500,-- nicht überschreiten.⁶⁵¹ Der Vorschlag der britischen Regierung, Kunstwerke mit einem Wert von mehr als Euro 5.000.000,-- von der Abgabe zu befreien,⁶⁵² wurde hingegen nicht umgesetzt. Privatgeschäfte, Verkäufe von Museen und Atelierkäufe und -verkäufe durch Galerien, d.h. also Verkäufe auf dem Primärmarkt, bleiben folgerechtsfrei.⁶⁵³

3.3.2.3 Harmonisierungsfolgen

Grund für die Einführung eines Folgerechts war der Billigkeitsgedanke. Durch die prozentuale Beteiligung des Künstlers an späteren Verkäufen sollte ausgeglichen werden, dass der Nutzen aus Vervielfältigungen, der Verbreitung und der öffentlichen

⁶⁴⁷ Richtlinie 2001/84/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. September 2001 über das Folgerecht des Urhebers des Originals eines Kunstwerks.

⁶⁴⁸ TUCKER: 26.02.1999; HARGREAVES: 23./24.10.1999; ANNELLS: 16.02.2000. Obgleich das Urheber- und damit auch das Folgerecht ein Individualrecht ist, kann es durch den Erbgang zum Kollektivrecht werden; so liegt z. B. das Folgerecht für Werke von Emil Nolde bei der Nolde-Stiftung in Seebüll, das Folgerecht für Werke von Ernst Ludwig Kirchner bei der Familie Ketterer. In diesen Fällen haben die Erben des sonstigen Nachlasses, d.h. die Familie, keinen Zugang zu Folgerechtseinkünften (BERTZ: 04.07.2001).

⁶⁴⁹ EVANS-PRITCHARD/BENNETT: 16.01.2000; BUCKLEY: 16.02.2000; EVANS-PRITCHARD/BENNETT: 16.03.2000.

⁶⁵⁰ DITTMAR: 11.06.2001; LINTON: 04.07.2001.

⁶⁵¹ GROPP: 18.03.2000.

⁶⁵² TUCKER: 25.02.1999.

⁶⁵³ LOVENBERG: 09.12.2000; GERST: 23.03.2002.

Wiedergabe der Werke geringere Bedeutung als bei Werken der Musik oder der Literatur hatte.⁶⁵⁴ Für die Vervielfältigung des Originals gilt - unabhängig von einem Folgerecht - der gleiche urheberrechtliche Schutz wie für alle anderen Bereiche der Kunst.

Befürworter des Folgerechts sehen den Wertzuwachs entweder als Zeichen dafür, dass der Künstler auf dem Primärmarkt unterbezahlt worden ist oder aber dass er mit seinem weiteren, folgenden Schaffen seine Marktbedeutung vergrößert und damit auch das Preisniveau seiner Werke erhöht hat.⁶⁵⁵

Allerdings kann man diesen Billigkeitsgedanken auch kritisch beurteilen. Falls überhaupt ein Wertzuwachs gegeben ist, stellt sich die Frage, inwieweit tatsächlich der Künstler durch seine Arbeit oder eher der Galerist durch seine Förderung dafür kausal ist. Zumindest der Galerist, welcher Werke seiner Künstler auch auf dem Sekundärmarkt handelt, zahlt doppelt: Zunächst, um den Künstler auf dem Markt zu etablieren, später, um den von seiner Arbeit verursachten Wertzuwachs auszugleichen.⁶⁵⁶ Insofern ist es nicht erstaunlich, wenn der Galerist den zu erwartenden Mindererlös schon beim Einkauf auf den Künstler abwälzt; die Folgerechtsabgabe hat in diesen Fällen die Wirkung einer Steuer.⁶⁵⁷ Bei diesem Aspekt wird der Sinn der früheren französischen, spanischen und belgischen Regelung deutlich, das Folgerecht nur auf Auktionserlöse anzuwenden.⁶⁵⁸ Aber auch der Sammler trägt mit seinem finanziellen Engagement und häufig seiner Begeisterung dazu bei, einen Künstler auf dem Markt zu etablieren, und muss diesen Effekt mit einer Folgerechtsabgabe zusätzlich bezahlen.

Hinzu kommt, dass das vorherrschende System der Erlösbeteiligung dem Künstler den Folgerechtsanspruch auch dann zubilligt, wenn der Eigentümer mit dem Verkauf gar keinen Gewinn realisieren konnte und das Werk seit dem letzten Eigentümerwechsel einen Wertverlust zu verzeichnen hat.⁶⁵⁹ Unabhängig vom

⁶⁵⁴ WILD: 24.02.1999.

⁶⁵⁵ MENASSE: 02.06.2001.

⁶⁵⁶ HATJE: 31.07.1999.

⁶⁵⁷ HARGREAVE: 14.02.1999.

⁶⁵⁸ Da Händler auch Auktionen beliefern, würde diese Regelung allerdings vom "einliefernden Galeristen" unterlaufen.

⁶⁵⁹ BERTZ: 12.07.1999.

persönlichen Investmentaspekt des Verkäufers muss allerdings konstatiert werden, dass mit einem Verkauf das Werk einem neuen Personenkreis zugänglich gemacht und dadurch erneut genutzt wird. Hier entspricht die Regelung des Folgerechts derjenigen des Urheberrechts bezüglich der Werke von Komponisten und Schriftstellern, welche für jede Neunutzung entlohnt werden. Da mit dem immer rascheren Wechsel der Kundenwünsche auf dem Markt auch Kunstwerke schneller umgesetzt werden, kann der Künstler an mehr Verkäufen partizipieren. Außerdem zeigt sich, dass durch den schnellen Wechsel große Wertsteigerungen immer häufiger zu Lebzeiten der Künstler eintreten.

Im Gegensatz zum Billigkeitsgedanken steht allerdings die finanzielle Realität der Verteilung der Folgerechtsabgaben. Diese Erträge kommen in erster Linie den arrivierten Künstlern und den reichen Erben zugute. Ist der Künstler erfolgreich, ist die Abgabe hoch, für das Wohlergehen des Künstlers und seiner Erben jedoch nicht unbedingt erforderlich.⁶⁶⁰ Ist der Künstler erfolglos, ist die Abgabe zu niedrig, um dem Künstler zu helfen oder überhaupt eingezogen zu werden.⁶⁶¹ Die deutsche Situation musste von der VG Bild Kunst nach einer kleinen Anfrage der CDU/CSU-Bundestagsfraktion offengelegt werden; hiernach schüttete die Verwertungsgesellschaft, welche über 7.400 Mitglieder vertritt, an 274 Künstler und 206 Künstlererben Folgerechtsabgaben aus.⁶⁶²

Generell vernachlässigt wurde in der Diskussion eine weitere soziale Komponente: Mittels der Gesetzgebung können die Verwertungsgesellschaften dazu ermächtigt werden, mit einem Teil der Einnahmen junge, unbekannte Künstler zu unterstützen und so eine Solidarität der Kunstschaffenden zu begründen.⁶⁶³ Dies wird in Deutschland praktiziert - und sorgt für Empörung: Das die VG mit Geld, welches ihr nicht gehört, als Mäzen auftritt. "Wenn ich ein Bild kaufe, möchte ich nicht ein Mäzenatentum mitfinanzieren gegenüber Künstlern, von denen ich vielleicht gar

⁶⁶⁰ "Das ist wie eine Steuerreform, bei der ich die Reichen begünstige" (HATJE: 31.07.1999).

⁶⁶¹ WALDEN: 19.01.1999. "Das tut auch dem jungen Künstler nicht gut" (HATJE: 08.05.2001).

⁶⁶² Diese Zahlen beziehen sich auf das Jahr 1998 – seit der Harmonisierung sind die Verkäufer erst nach drei Jahren zur Abgabe der Umsatzdaten verpflichtet (BARKER: 20.12.1999; BROWNE: 24.01.2000); vgl. die "Gemeinsame Erklärung zum Folgerecht" dieser Verbände, abgedruckt in der Weltkunst Nr. 03/2000

nichts halte. Ich würde lieber selbst entscheiden, welchem Künstler ich mein Geld gebe. Das ist ja wohl nicht Aufgabe von Herrn Pfennig!”⁶⁶⁴ In Deutschland unterhält die VG Bild Kunst die Fördergesellschaft Kulturwerk GmbH, welche einen Teil der Folgerechtsabgaben zur Förderung der Kunstproduktion einsetzt – teilweise über die Stiftung „Kunstfond zur Förderung zeitgenössischer bildender Künstler“.⁶⁶⁵ Es wird erwartet, dass diese Mittelverwendung einer gerichtlichen Überprüfung nicht standhalten wird. “Da muss nur die erste Witwe klagen, dass nicht der gesamte ihr zustehende Betrag ausgezahlt wird, und das System bricht zusammen.”⁶⁶⁶

Ein weiteres Problem liegt in der Schutzfähigkeit von „unkörperlichen“ Werken wie z. B. Ausstellungsinszenierungen: An sich sieht das Urheberrecht keinen Schutz von Konzepten vor. Dennoch hat die Rechtsprechung in diversen Urteilen den Schutz eines Ausstellungskonzepts bejaht – in Fällen, in denen Ausstellungen partiell gereist sind und die kuratierende Institution Rechte an der Konzeption geltend machte. Mit dieser Wertung wird vor allem dem Umstand Rechnung getragen, dass Ausstellungen sich immer stärker zu Inszenierungen entwickeln, welche im Opern-, Theater- und Konzertbereich seit jeher unter den Schutz des Urheberrechts fallen. Da das Ausstellungskonzept an sich vom Kunstmarkt nicht erfasst wird, dürfte sich die folgerechtliche Relevanz des Themas vor allem auf Beschreibungen und Darstellungen der Konzeption wie Aufzeichnungen und Photos erstrecken.⁶⁶⁷

Die Neuregelung und vor allem die lange Dauer des Gesetzgebungsprozesses zogen eine lebhafte öffentliche Diskussion über den Sinn eines Folgerechts nach sich. Vor allem die deutschen Medien zeichneten das Bild, der deutsche Handel unterstütze die Harmonisierung. Dieser Eindruck entstand jedoch auch und vor allem durch die hohe Medienpräsenz der VG Bildkunst, die natürlich ein vitales Interesse an einer

⁶⁶³ Aufgrund dieser Förderungsmöglichkeit junger Künstler weisen Verfechter des Folgerechts auf den Unterschied zwischen Steuer und Tantieme hin: “It’s a royalty, not a tax”, so Rachel Duffield, Verwaltungsdirektorin der britischen Design and Artists Copyright Society (ALBERGE: 22.02.1999).

⁶⁶⁴ HATJE: 11.08.2003.

⁶⁶⁵ MÜLLER-MEHLIS: 06./07.11.2000.

⁶⁶⁶ BERTZ: 12.07.1999.

⁶⁶⁷ GERHARDT: 11.03.2000; MERKER: 19.07.2003 m.w.N. Der Künstler selbst hat hingegen kein Ausstellungsrecht an seinen Werken, sobald diese verkauft worden sind oder über einen längeren Zeitraum in einem Museum öffentlich zugänglich ausgestellt worden waren, d.h. er kann für diese Art der Nutzung keine Gebühr einfordern (BULLINGER/MERKER/MUES: 19.04.2003). Zur Problematik der Beeinträchtigung des Urheberrechts durch Eingriffe in das Umfeld, welche das Werk selbst nicht erfassen, siehe BULLINGER (1997).

Ausweitung, zumindest aber Beibehaltung des deutschen Systems hatte. Der Bundesverband Deutscher Galerien e. V. sprach dagegen auch von der deutschen Folgerechtsregelung als “unglaublicher Belastung”⁶⁶⁸ und fordert zusammen mit dem Bundesverband Deutscher Kunstverleger, dem Bundesverband Deutscher Kunstversteigerer und dem Bundesverband des Deutschen Kunst- und Antiquitätenhandels Ausgleich eher durch allgemeine Abschaffung als durch allgemeine Angleichung.⁶⁶⁹ Zahlreiche prominente deutsche Künstler publizierten ihre Ablehnung gegen das Folgerecht und erklärten, dass sie nicht bei der VG Bild Kunst registriert seien und daher auch keine Folgerechtsabgaben beanspruchen würden, um den Markt ihrer Werke nicht zu schädigen – darunter Georg Baselitz, Jörg Immendorf, Gotthard Graubner und Markus Lüpertz.⁶⁷⁰

In den Staaten, welche bislang kein Folgerecht kannten, war die Ablehnung ebenfalls sehr stark. Österreichische Händler hatten sich zu einer Interessengemeinschaft zur Verhinderung der Ausdehnung eines Folgerechts auf Österreich zusammengeschlossen. Der britische Handel war gespalten, tendierte jedoch eher in Richtung einer Ablehnung. Immer wieder wurde darauf hingewiesen, dass die Harmonisierung von den Ländern vorangetrieben würde, die entweder keinen nennenswerten nationalen Kunstmarkt vorweisen könnten oder deren große Künstler schon länger als 70 Jahre tot seien.⁶⁷¹

Die Auktionshäuser waren ebenfalls gegen eine europaweite Einführung des Folgerechts. Deutsche Häuser hofften, den Wettbewerbsnachteil auf diesem Wege zu beseitigen, die internationalen Häuser fürchteten um die Kosteneffizienz ihres Marktplatzes London, die sich zu Ungunsten der Einlieferer entwickeln würde.⁶⁷² Jene Häuser warben nicht umsonst z. B. mit der Aussage “The best place to sell German Art is Christie’s”.⁶⁷³ Nach dem Bekannt werden der Harmonisierungspläne

⁶⁶⁸ SCHMIDT-WERTHERN: 13.03.1999.

⁶⁶⁹ THIBAUT: 21.03.2000; KOLDEHOFF: 05/2000; vgl. die “Gemeinsame Erklärung zum Folgerecht” dieser Verbände, abgedruckt in der Weltkunst Nr. 03/2000.

⁶⁷⁰ MENASSE: 02.06.2001.

⁶⁷¹ WALDEN: 19.01.1999; OTTO: 08/1999. Als Beispiel wurde in aller Regel Frankreich genannt, dessen künstlerische bzw. kunsthistorische Epoche mit höchster Marktbedeutung der Impressionismus ist.

⁶⁷² SACHS: 02.03.2003.

⁶⁷³ LUDORFF: 09/1997; SCHMIDT-WERTHERN: 12.02.1999. Im Gegensatz zu z. B. Sotheby’s hatte Christie’s nie ein Auktionshaus in Deutschland; die Werbung meint tatsächlich nur den Verkauf in

drohten Sotheby's und Christie's mit der Verlegung der großen Auktionen in folgerechtsfreie Staaten wie die USA oder die Schweiz.⁶⁷⁴

Allerdings wirkt sich das Folgerecht auf Auktionshäuser aber ohnehin nur indirekt aus, da nicht sie, sondern der Einlieferer, der der Verkäufer ist, die Gebühr entrichten muss.⁶⁷⁵ Unbestritten ist, dass ein EU-weites Folgerecht dazu führen wird, dass sehr bedeutende und wertvolle Werke des 20. Jahrhunderts statt in London in New York verkauft werden⁶⁷⁶ – „Der Kunsthandel geht dahin, wo der Markt ist“, so der Geschäftsführer der deutschen Verwertungsgesellschaft VG Bild Kunst, Gerhard Pfennig.⁶⁷⁷ Eine Verlagerung der Verkäufe nach New York wird für die internationalen Auktionshäuser wie internationalen, großen Händler zudem ein geringeres Problem darstellen als für den regionalen Handel, da jene dort bereits eine adäquate Infrastruktur in Form einer Niederlassung besitzen.⁶⁷⁸ Eine solche Verlagerung könnte die internationalen Häuser möglicherweise sogar stärken, da das Aufkommen europäischer Konkurrenz durch die Rechtslage innerhalb der EU erschwert wird. Durch das komplexe System der Vernetzung, die in Jahrzehnten, ja Jahrhunderten in Kunsthandelsmetropolen wie London gewachsen ist, könnte eine derartige Marktverlagerung allerdings auch für Museen und kunsthistorische Institute negative Folgen haben.⁶⁷⁹

Für hochpreisige Werke können sich ein Transport nach New York und ein dortiger Verkauf lohnen. In der Breite wird das Folgerecht jedoch keine Marktverlagerung nach sich ziehen. Die Zahlen der bisherigen Abwanderung lassen keine Rückschlüsse auf eine eindeutige Bewegung in Richtung USA zu; auch eine genauere Analyse der Verkaufsanteile zeigt, dass in London ein stetig hohes Umsatzniveau herrscht, die New Yorker Zahlen hingegen von wenigen extrem teuren Zuschlägen im

London. BERTZ: 12.07.1999 wies allerdings die Vermutung zurück, das Unternehmen werde mit den Nachteilen des Folgerechts. Gemeint seien lediglich die Kompetenz des Hauses und die hohe Qualität der „German Sales“.

⁶⁷⁴ SCHMIDT-WERTHERN: 13.03.1999.

⁶⁷⁵ LOVENBERG: 06.02.1999.

⁶⁷⁶ HOWARD: 25.01.1999.

⁶⁷⁷ Zit. nach GERST: 23.03.2003.

⁶⁷⁸ BENNETT: 24.03.2003; MASON: 14./15.06.2003; vgl. 6.1.1.2 – *Das Netzwerk* für Handelsniederlassungen und 5.3.2.4 – *Das Netzwerk* für Auktionshausrepräsentanten.

⁶⁷⁹ JURY: 20.06.1999.

Impressionistenbereich stammen.⁶⁸⁰ Die Zahlen der New Yorker Auktionen belegen im Übrigen, dass die Vorherrschaft der Europäer nicht an der Geographie des Versteigerungsorts, sondern tatsächlich am Warengbiet liegt.⁶⁸¹

Auch eine Verlagerung in die Schweiz ist unwahrscheinlich, obgleich dort der Vorschlag der EU, sich einer harmonisierten Folgerechtsregelung anzuschließen, eben mit dem Argument abgelehnt wurde, man wolle seinen eigenen Anteil am internationalen Kunstmarkt steigern.⁶⁸² Der Sekundärmarkt für die folgerechtsrelevante moderne Kunst ist in der Schweiz nicht annähernd so umsatzstark wie in London, gleiches gilt für das Netzwerk aus Auktionshäusern, Händlern oder sonstigen Kunstmarktdienstleistern – die Stärke der Schweizer Kunstvermittlung liegt eher im Bereich von zeitgenössischer Kunst.⁶⁸³ Hinzu kommt, dass sich die Ein- und Ausfuhrbestimmungen bis hin zur Mehrwertsteuerregelung für Verkäufer und Käufer aus der EU nachteilig auswirken.⁶⁸⁴

Wird eine Harmonisierung die nationalen Kunstmärkte stärken? Wohl kaum. Der Markt wird sich nicht nach Deutschland bewegen, nur weil er in London nun ebenso behindert wird wie hierzulande, sondern sich neue Freiräume suchen. Bislang wurde das Folgerecht als Grund angeführt, warum die internationalen Häuser keine Auktionen in Deutschland durchführen. Die Harmonisierung wird allerdings nicht dazu führen, Auktionen nach Deutschland zu verlegen; dass dort nämlich hohe Unkosten sowie begrenzte Absatzchancen herrschen, hat dazu geführt, dass Sotheby's auch seine Münchner Auktionen mit Werken des 19. Jahrhunderts, die nicht dem Folgerecht unterworfen waren, im Jahr 2000 eingestellt hat.⁶⁸⁵ Denkbar sind nur Grenzfälle, wo die erhöhten Kosten für einen Transport nach New York statt nach London die in Deutschland anfallende Folgerechtsabgabe übersteigen, so dass das

⁶⁸⁰ FRANKS: 26.03.1999; THORNCROFT: 08.07.2000. Die Verschiebung des kulturellen Erbes der alten Welt in die USA wird durch einen weiteren Umstand erschwert: Da die Scheidungsrate in Amerika signifikant höher liegt als in Europa, kommen Kunstwerke durch Trennungen und Scheidungen durchschnittlich alle 10 Jahre wieder auf einen zunehmend internationalisierten Markt. In Europa dauert dieser Umbruch dagegen rund 25 bis 30 Jahre (ERBSLÖH: 12./13.03.1999; FRANKS: 21.05.1999).

⁶⁸¹ THIBAUT: 02./03.07.1999.

⁶⁸² MICHALOS: 17.07.2001; SOMERS COCKS: 01.07.2003.

⁶⁸³ NEUMEISTER: 29.10.2003.

⁶⁸⁴ Vgl. 3.3.1 – *Zoll, Steuern, Kulturgutschutz*.

⁶⁸⁵ FABER-CASTELL: 04.04.2000.

Stück im Inland statt in London zum Verkauf kommt. Experten sehen diese Grenze bei einem zu erwartenden Mindesterloß i.H.v. Euro 50.000,--.⁶⁸⁶

Auch auf die Nachfrageentwicklung auf dem Markt könnte das Folgerecht Einfluss haben. Wenn Sammler realisieren, dass die Umgehung der Abgabe nur noch in New York möglich ist, sie aber in einem Wertbereich sammeln, welcher einen dortigen Verkauf nicht lohnt, könnten sie sich auf Werke konzentrieren, bei welchen ein Wertzuwachs wahrscheinlich ist.⁶⁸⁷ Die Nachfrage nach den „Blue Chips“, welche heute schon das Angebot im obersten Segment bestimmt, könnte in Europa dann auch das mittlere Preissegment bestimmen.

Für die Struktur der kommerziellen Kunstvermittlung der einzelnen Nationen jedoch wird das Folgerecht mittelfristig schwerwiegende Nachteile mit sich bringen. War es der Galerist, der unbekannte Künstler mit finanziellen Mitteln und Fachwissen um den Markt unterstützt hat, indem er ihre Werke ankauft und dann über seine Galerie anbot, so könnte er sich stattdessen auf das Angebot von reiner Kommissionsware zurückziehen, um Komplikationen in seiner Buchführung und Folgerechtsabgaben zu vermeiden. Den Nachteil hätte der Künstler, welcher erst nach dem Galerieverkauf seines Werkes seinen Anteil am Erlös erhält.

3.3.3 Kunstmarktrecht am Beispiel Deutschlands

Mit Ausnahme der Gewerbezulassung unterliegt der Binnenhandel mit Kunst in keinem Staat der Welt weiteren gesetzlichen Vorschriften.⁶⁸⁸ Die Versteigerungsvorschriften hingegen sind zahlreich und in hohem Maße übereinstimmend. Als Beispiel für eine derartige nationale Gesetzeslage wird im Folgenden das deutsche Auktionsrecht dargestellt.

⁶⁸⁶ BROWNE: 21.02.1999.

⁶⁸⁷ BERTZ: 28.04.2003.

⁶⁸⁸ Abgesehen von generellen Handelsvorschriften – diese scheinbare Voraussetzungslosigkeit hat traditionell dazu geführt, dass neben seriösen Kunstvermittlern auch wenig kompetente Dilettanten ihr Glück auf einem Markt suchten und suchen, welcher dem Außenstehenden raschen Profit verspricht (THURN (1994): 232).

In Deutschland unterliegt Kunsthandel keinen speziellen rechtlichen Vorschriften; der Begriff Galerist erfährt rechtlichen Schutz allein durch die Verfassung: Die künstlerische Betätigung ist durch das Grundgesetz geschützt (Art. 5 Abs. III S. 1). Die Garantie der Kunstfreiheit regelt einerseits das Verhältnis Kunst - Staat, ist aber andererseits auch ein individuelles Freiheitsrecht und erfasst nicht nur den Künstler, sondern auch den Mittler der Kunst.⁶⁸⁹ Weitere gesetzliche Regelungen, z. B. in Form von Schutz- oder Kontrollvorschriften, existieren nicht; so kann jeder eine Galerie eröffnen.⁶⁹⁰ Im Gegensatz hierzu ist die Durchführung von Auktionen streng reglementiert.

Im Handel wird der Kaufvertrag mit dem Galeristen als Eigentümer der Ware oder Vertreter des Künstlers, falls dieser noch Eigentümer ist, abgeschlossen.⁶⁹¹ In der Auktion tritt der Auktionator als Vertreter des Eigentümers auf und fordert die konkurrierenden Käufer zur Abgabe von Geboten auf. Bei diesen Geboten handelt es sich um Angebote zum Abschluss eines Kaufvertrages.⁶⁹² Wird ein höheres Angebot abgegeben, erlischt das niedrigere.⁶⁹³ Der Auktionator ist nicht verpflichtet, ein Angebot anzunehmen.⁶⁹⁴

Der Verkauf einer Sache bestimmt sich nach dem Kaufrecht des Bürgerlichen Gesetzbuches.⁶⁹⁵ Wer als Auktionator unter welchen Umständen und in welcher Form verkaufen darf, regelt hingegen einerseits die Versteigerungsverordnung (VerstV), andererseits die Gewerbeordnung (GewO).⁶⁹⁶

Besonderheiten ergeben sich lediglich bezüglich der steuerrechtlichen Behandlung von Kunsthandel. In Anbetracht des Umstandes, dass sich nur ein Bruchteil der von Galerien angebotenen Künstler später tatsächlich auf dem Markt durchsetzen und die Galerien daher häufig große Lagerbestände unterhalten müssen, welche nicht zu den ursprünglich kalkulierten Preisen verkäuflich sind, hat der Gesetzgeber die

⁶⁸⁹ SCHMIDT-BLEIBTREU/KLEIN (1999): 234.

⁶⁹⁰ Nach Abgabe der Gewerbeanzeige gem. §14 GewO.

⁶⁹¹ Gem. §433 Abs. 1 BGB.

⁶⁹² Gem. §145 BGB.

⁶⁹³ Gem. §156 S. 2 BGB.

⁶⁹⁴ Bei seinem Aufruf des Lots und seiner Steigerung handelt es sich vielmehr um eine Aufforderung, Angebote abzugeben, die sog. "invitatio ad offerendum". (JAUERNIG (1997): 105).

⁶⁹⁵ §§433ff. BGB.

⁶⁹⁶ Diese Vorschriften gelten nicht bei Versteigerungen durch Beamte, z. B. der Zwangsversteigerung durch den Gerichtsvollzieher (FACKLER/KONERMANN (1991): 11).

Teilwertabschreibung eingeführt.⁶⁹⁷ Hierbei kann ein reduzierter Zeitwert der Bilanz zugrunde gelegt werden, was in aller Regel den Steuervorteil der Abschreibung der Anschaffungskosten deutlich übertrifft.⁶⁹⁸ Wird das Objekt später für einen höheren Preis verkauft, wird dieser nur in der dann aktuellen Bilanz berücksichtigt.⁶⁹⁹ Diese Regelungen gelten für alle Formen von Kunsthandel.

Für die Veranstaltung von Auktionen ist eine behördliche Erlaubnis notwendig. Diese ist eine Personenerlaubnis und wird nur natürlichen Personen erteilt. Sie wird versagt, wenn ein Versagungsgrund der GewO vorliegt: Der Bewerber darf nicht „unzuverlässig“ sein und darf keine „ungeordneten Vermögensverhältnisse“ haben. An diesen Vorschriften wird der Vertrauensschutz deutlich, mit dem der Gesetzgeber das Versteigerungsgewerbe ausgestattet sehen will.⁷⁰⁰ Liegen die Versagungsgründe nicht vor, besteht ein Rechtsanspruch des Antragstellers auf Erteilung der Erlaubnis.

Besonders sachkundige Versteigerer können sich auf Antrag öffentlich bestellen und vereidigen lassen.⁷⁰¹ Sie sind darauf zu vereidigen, dass sie ihre Aufgaben als öffentlich bestellte Versteigerer „gewissenhaft und unparteiisch“ erfüllen werden.⁷⁰² „Besondere“ Sachkunde wird indiziert durch Berufserfahrung, Kenntnis der einschlägigen Rechtsvorschriften und Sachkunde auf dem Gebiet der Bestellung. Dieses kann beschränkt werden, z. B. auf Kunst und Antiquitäten. Die Sachkunde ist durch eine Prüfung vor einem Gremium der zuständigen Industrie- und Handelskammer nachzuweisen.⁷⁰³ Relevant wird die Bestellung und Vereidigung vor

⁶⁹⁷ Vgl. §§6 Abs. 1 Nr. 1 EstG, 253 Abs. 2 Nr. 3 HGB.

⁶⁹⁸ BOOCHS: 01/2000.

⁶⁹⁹ Gibt allerdings der Galerist sein Kunsthandelsunternehmen auf, so muss er den Warenbestand auch ohne Einnahme aus Verkauf versteuern. In Anbetracht des Umstandes, dass dies häufig die einzige Altersversorgung des Unternehmers ist, kämpft der Bundesverband Deutscher Galerien seit vielen Jahren für die Einführung eines Steuerfreibetrages (VALENTIN: 29./30.09.2000).

⁷⁰⁰ Das Gesetz geht in §34 b Abs. 4 Nr. 1 davon aus, dass der Bewerber unzuverlässig ist, wenn er in den letzten fünf Jahren vor Antragstellung wegen eines Verbrechens oder wegen Diebstahls, Unterschlagung, Erpressung, Betrugs, Untreue, Urkundenfälschung, Hehlerei, Wuchers oder wegen Vergehens gegen das UWG zu einer Freiheitsstrafe rechtskräftig verurteilt worden ist. Ungeordnete Vermögensverhältnisse liegen vor, wenn über das Vermögen des Antragstellers der Konkurs eröffnet ist (FACKLER/KONERMANN (1991): 12).

⁷⁰¹ Der öffentlich bestellte und vereidigte Versteigerer darf in einigen Fällen Versteigerungen des Gerichtsvollziehers oder anderer Staatsbeamter durchführen, vgl. §383 BGB, §373 HGB.

⁷⁰² Gem. §34 b Abs. 5 GewO.

⁷⁰³ Allerdings besteht auch bei Bescheinigung der Sachkenntnis kein Rechtsanspruch des Bewerbers auf öffentliche Bestellung. Vielmehr hat die Behörde einen der Einstellung in den öffentlichen Dienst vergleichbaren Ermessensspielraum. Der Anspruch des Bewerbers erschöpft sich in der fehlerfreien Ermessensausübung (FACKLER/KONERMANN (1991): 14).

allem beim Eigentumsübergang: Erfolgt der Zuschlag durch einen derart qualifizierten Versteigerer, tritt ein Eigentumsübergang auch an sogenannt „abhandengekommenen“ Sachen ein, das heißt an gestohlenen, geraubten oder unterschlagenen Dingen, an denen sonst durch Kauf oder Tausch kein Eigentum erlangt werden kann.⁷⁰⁴

Der Versteigerer stellt sich dem Bieterkreis folglich nicht in erster Linie als Vertreter des Eigentümers der Waren, sondern als neutrale Instanz dar. Gegenüber dem Eigentümer ist er Treuhänder an den eingelieferten Sachen. Diese besondere Vertrauensstellung schützt das Gesetz durch Vorschriften, die ein Ausnutzen des beiderseitigen Vertrauens verhindern sollen. Dem Versteigerer ist es verboten, auf seinen Versteigerungen selbst oder durch einen anderen zu bieten oder das ihm anvertraute Versteigerungsgut zu kaufen.⁷⁰⁵ Beides ist ebenfalls den Angehörigen und den Angestellten des Versteigerungsbetriebes verboten.⁷⁰⁶

Den Vorteil des Warenabsatzes durch eine Auktion hat auch der Gesetzgeber erkannt und daher diese Verkaufsform auf gebrauchte Gegenstände beschränkt.⁷⁰⁷ Betreibt der Versteigerer gleichzeitig ein Handelsgeschäft, so ist es ihm verboten, Waren aus dem Sortiment seines Handels zu versteigern.⁷⁰⁸

Die VerstV regelt den Ablauf der Auktion und ist nach deren Chronologie aufgebaut. Der Versteigerer darf nur aufgrund eines schriftlichen Versteigerungsauftrags tätig werden.⁷⁰⁹ Dieser Auftrag ist ein Vertrag zwischen Verkäufer und Auktionator, in dem nicht nur die Waren und die Versteigerung, sondern auch die Konditionen des Verkaufs genau bezeichnet sein müssen.⁷¹⁰

⁷⁰⁴ Gem. §§935 Abs. 1; 1006 Abs. 1 BGB; SACHS: 18.11.2000.

⁷⁰⁵ Gem. §34 b Abs. 6 GewO.

⁷⁰⁶ Angehörige definiert sich gem. § 34 b Abs. 6 Nr. 2 nach § 52 Abs. 1 der Strafprozessordnung.

⁷⁰⁷ WICHER (1961): 80. Von dieser Einschränkung gibt es jedoch drei Ausnahmen: Versteigerung einer Konkursmasse, Versteigerung wegen Geschäftsaufgabe und öffentliche Versteigerung hinterlegter Sachen. In diesen Fällen dürfen auch ungebrauchte Waren versteigert werden (vgl. §12 Abs. 1 Nr. 1 VerstV, §8 Abs. 2 UWG sowie §12 Abs. 1 Nr. 3 VerstV i. V. m. §383 Abs. 3 BGB).

⁷⁰⁸ Gem. §34 b Abs. 6 Nr. 4. Die Versteigerung von Kunstgegenständen aus dem eigenen Handelsgeschäft ist dem Versteigerer jedoch erlaubt (FACKLER/KONERMANN (1991): 18).

⁷⁰⁹ Gem. §1 VerstV.

⁷¹⁰ §24 Nr. 1 VerstV. In dieser dezidierten Vorschrift liegt eine deutliche Einschränkung der im bürgerlichen Recht ansonsten gewährten Vertragsfreiheit. Der Gesetzgeber schreibt nicht nur den Inhalt des Vertrages vor, sondern hebt den Verstoß gegen diese Vorschrift sogar in den Rang einer Ordnungswidrigkeit.

Die Versteigerung selbst erfolgt dann unter vorher zu publizierenden Versteigerungsbedingungen.⁷¹¹ Diese bestimmen u. a. die Zuschlagerteilung, die Höhe des Aufgeldes und die Zahlungsmodalitäten.⁷¹² Die Bedingungen werden Teil des Kaufvertrages, da sie sowohl im Katalog abgedruckt wie auch am Versteigerungsort ausgehängt werden.

Vor der Auktion muss der Auktionator ein Verzeichnis der zu versteigernden Gegenstände veröffentlichen.⁷¹³ Diese Kataloge müssen alle Gegenstände, die dem Versteigerer selbst gehören, gesondert ausweisen.⁷¹⁴ In der Praxis ist es üblich, dass der Auktionator selbst die Schätzungen für die eingebrachte Ware vornimmt oder durch Angestellte vornehmen lässt. Die VerstV schreibt allerdings vor, die Schätzung durch einen öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen vornehmen zu lassen, falls der Eigentümer eine weitere neutrale Instanz einschalten will.⁷¹⁵ Diese Vorschrift dient dem Schutz des Eigentümers vor kollusivem Zusammenwirken zwischen Auktionator und Käufer. Der ermittelte Schätzpreis sollte jedoch ungefähr dem Preis entsprechen, der im Handel für ein vergleichbares Stück verlangt wird.⁷¹⁶

Die Auktion ist der zuständigen Behörde zwei Wochen vorher anzuzeigen. Dem Publikum hingegen muss die Auktion erst am selben Tag angekündigt werden.⁷¹⁷ Interessenten muss die Besichtigung der Gegenstände für mindestens zwei Stunden erlaubt werden.⁷¹⁸ Diese Vorschriften werden regelmäßig übererfüllt, da man möglichst viele Kunden für das Angebot interessieren will und die Auktionen erheblich früher ankündigt als gesetzlich gefordert.

⁷¹¹ Gem. §2 VerstV.

⁷¹² Die Versteigerungsbedingungen sind der IHK im Anzeigeverfahren vorzulegen. Diese überprüft dann die Einhaltung der Mindestvoraussetzungen der VerstV (FACKLER/KONERMANN (1991): 22).

⁷¹³ Gem. §4 VerstV.

⁷¹⁴ Diese Vorschrift wird von keinem deutschen Auktionshaus berücksichtigt.

⁷¹⁵ Gem. §3 VerstV. Zur öffentlichen Bestellung und Vereidigung von Sachverständigen vgl. 2.1.4 – Berater, Sachverständige, Detektive.

⁷¹⁶ So das OLG Frankfurt in WRP 1985, 427, 428.

⁷¹⁷ Gem. §§5, 6 VerstV.

⁷¹⁸ Gem. §9 VerstV.

Der Auktionsort ist nicht reglementiert. Die VerstV schreibt allerdings vor, dass bei einer Haushaltsauflösung nur Gegenstände zur Versteigerung kommen dürfen, die sich tatsächlich im aufgelösten Haushalt befunden haben.⁷¹⁹

Während der Auktion ist es dem Auktionator verboten, in den Versteigerungsräumen „geistige Getränke“ auszuschenken.⁷²⁰ Diese Vorschrift wird allerdings gern durch das Glas Champagner im Catering-Zelt auf der Wiese vor dem Gebäude oder sogar im Nebenraum zum Auktionssaal umgangen.

Der Versteigerer darf nur deutlich sichtbare oder schriftliche Gebote berücksichtigen.⁷²¹ Telephonische Gebote sind danach „de lege“ unzulässig. Ein telephonisches Gebot ist im Übrigen auch nicht „eindeutig erkennbar“ i. S. v. §17 VerstV. Diese Vorschrift soll die Auktion vor Manipulationen schützen. Sie wird umgangen, indem der Auktionator den Telephonbieter im Vorfeld zur Zusendung eines - erlaubten - schriftlichen Gebots auffordert.⁷²²

Der Zuschlag darf erst erteilt werden, wenn der Auktionator nach dreimaligem Wiederholen des Gebots kein Übergebot empfangen hat. Über jeden Zuschlag ist eine Niederschrift zu führen.⁷²³ Mit dem Zuschlag enden die Vorschriften über die Durchführung von Auktionen; Folgetätigkeiten und -geschäfte (wie z. B. ein Nachverkauf) unterliegen keinen speziellen Normen.

3.3.4 Harmonisiertes Auktionsrecht in Frankreich

Als einziges Auktionsrecht unterschied sich dasjenige Frankreichs bis Ende 2001 erheblich von dem der europäischen Nachbarn. Die Vorschriften zum Abhalten von Auktionen entstammten einem Edikt Heinrichs II. von 1552 und waren nur ein

⁷¹⁹ Gem. §11 VerstV. Diese Vorschrift soll Kunden schützen, die bei einer Schloss- oder Villenauflösung Stücke mit beehrter Provenienz erwerben, vgl. 4.1.4 – Provenienz.

⁷²⁰ Gem. §14 VerstV.

⁷²¹ Gem. §17 VerstV bzw. §34 b Abs. 6 Nr. 3 GewO (s. a. WICHER (1961): 150).

⁷²² FACKLER/KONERMANN (1991): 42. Allerdings beläuft sich dieses Schriftgebot in aller Regel nur auf die Reserve oder den unteren Schätzwert. Steigert der Auktionator über den Betrag des Schriftgebots für den Telephonbieter mit, verstößt er an sich gegen die VerstV.

⁷²³ Gem. §§18, 19 VerstV.

einziges Mal, im Jahre 1803, überarbeitet worden.⁷²⁴ Versteigern durften nur die Inhaber einer staatlichen Lizenz, die sog. Commissaires-Priseurs.⁷²⁵ Im letzten Jahr der Gültigkeit dieser Vorschrift gab es in ganz Frankreich 458 Lizenzinhaber, die sich auf 327 Auktionsbetriebe verteilten.⁷²⁶ Diese Lizenz wird bis heute vom „Conseil des Ventes Volontaires“⁷²⁷ vergeben; bis zur Reform ausschließlich an Franzosen.⁷²⁸ Als Auktionsplätze waren nur die Räumlichkeiten des Hôtel Druot zulässig - hierbei handelt es sich um die in Paris gelegene, traditionsreiche Zentrale des Verbandes der Commissaires-Priseurs.⁷²⁹

Aus diesen Gründen waren internationale Auktionshäuser in Frankreich nur durch Repräsentanten vertreten, welche die akquirierte Ware ins Ausland versendeten. Das Fernhalten der internationalen Konkurrenz hatte aber auch Einfluss auf die Gestaltung der Auktionsdurchführung. So unterließen es beispielsweise die Commissaires-Priseurs bis zuletzt, dem Vorbild der internationalen Häuser zu folgen und Spartenauktionen zu veranstalten.⁷³⁰ Nach wie vor werden die meisten der Pariser Auktionen ohne vorbereitenden und erläuternden Katalog durchgeführt.⁷³¹

Eine Marktöffnung für ausländische Versteigerer wurde erstmals 1987 öffentlich diskutiert und für 1992 in Aussicht gestellt.⁷³² In diesem Jahr 1992 erhob die Präsidentin von Sotheby's France, Laure de Beauvau-Craon, Klage vor dem Europäischen Gerichtshof.⁷³³ Es war offensichtlich, dass die französischen

⁷²⁴ MELIKIAN: 04./05.08.2001.

⁷²⁵ Die Commissaires-Priseurs waren in einer Kammer organisiert. Bis weit in das 20. Jahrhundert hinein wurde durch die Kammer ein finanzieller Einkommensausgleich der einzelnen Auktionatoren gewährleistet (MELIKIAN: 04./05.08.2001). Bis ins Jahr 2001 hielt sich die Regel, bei Verfehlungen der Mitglieder 30 Jahre lang zivilrechtlich als Gemeinschaft zu haften sowie in strafrechtlicher Hinsicht den finanziellen Aspekt einer Strafe über die Gesamtheit der Mitglieder abzudecken (GRIMM-WEISSERT: 19.06.2001; HEINICK: 14.07.2001).

⁷²⁶ AENGENEYNDT: 5/2000; AENGENEYNDT: 8/2000.

⁷²⁷ FRANKS: 10.08.2001.

⁷²⁸ CHAISEMARTIN: 8/1998. Bewerber mussten neben einem juristischen Staatsexamen auch einen Abschluss im Bereich der Kunstgeschichte, angewandter Kunst oder Archäologie vorweisen (MELIKIAN: 04./05.08.2001).

⁷²⁹ CHAVANE: 23.01.1999.

⁷³⁰ MELIKIAN: 04./05.08.2001. Möglicherweise war hier (wie bei vielen deutschen Häusern) die geringe Größe der einzelnen Unternehmen kausal – hat der Versteigerer nicht genug Ware für eine Spartenauktion, muss er mehrere Gebiete in einer Auktion zusammenfassen.

⁷³¹ Im Hotel Drouot fanden bis zum Jahr 2000 jährlich 2000 Auktionen statt, davon nur 800 mit Katalog (GRIMM-WEISSERT: 16./17.03.2001).

⁷³² HEINICK: 23.02.2002.

⁷³³ HEINICK: 13.09.2003.

Versteigerungsregelungen gegen europäisches Recht verstießen.⁷³⁴ Vor allem die im Vertrag von Rom geregelte Dienstleistungsfreiheit war behindert. Im Zuge einer generellen Harmonisierung des französischen Rechts mit EU-Vorschriften wurde über neun Jahre auch an einer Reform des Auktionsrechts gearbeitet.⁷³⁵

Nach der Zustimmung von Parlament am 26.6.2000 und Ministerrat am 10. Juli 2001 wurde der vollständige Gesetzestext am 21. Juli 2001 amtlich veröffentlicht, womit das Gesetz formell in Kraft trat.⁷³⁶

Seither werden Versteigerungen nicht mehr von den staatlich vereidigten Urkundsbeamten, sondern von Handelsgesellschaften durchgeführt. Diese müssen eine entsprechende Haftpflichtversicherung und einen Angestellten mit Versteigererdiplom nachweisen.⁷³⁷ Bewerber um ein Diplom müssen ein abgeschlossenes Hochschulstudium nachweisen und eine Prüfung vor der Kommission ablegen.⁷³⁸ Gleichzeitig wurde der Begriff des Kunstexperten gesetzlich geschützt; diese werden ebenfalls vom Versteigerungsrat zugelassen, dürfen nur unabhängig tätig sein und können von Handel wie Auktionshäusern hinzugezogen werden.⁷³⁹ Die dort angestellten Kunstsachverständigen werden zur Abgrenzung de jure als „Spezialisten“ bezeichnet.⁷⁴⁰ Im Unterschied zu den Auktionshäusern, welche nur mit einer Zulassung tätig werden dürfen, ist die Zulassung als Experte freigestellt.⁷⁴¹

Den Commissaires-Priseurs wurde eine 9-monatige Übergangsfrist gewährt, ihre Unternehmen in Handelsgesellschaften umzuwandeln.⁷⁴² Weitere, im Ausland

⁷³⁴ HEINICK: 05.09.1998.

⁷³⁵ BENSINGER/PEERS: 08.01.1999.

⁷³⁶ GRIMM-WEISSERT: 16./17.06.2000; HEINICK: 21.07.2001; MELIKIAN: 04./05.08.2001; FRANKS: 10.08.2001.

⁷³⁷ Aufgrund der Dienstleistungsfreiheit in der EU kann dieses Diplom auch von einem EU-Mitgliedstaat ausgestellt worden sein (HEINICK: 05.10.1998).

⁷³⁸ DURET-ROBERT (2001): 87; GRIMM-WEISSERT: 21./22.09.2001.

⁷³⁹ HEINICK: 08.03.2003; HEINICK: 07.02.2004.

⁷⁴⁰ GRIMM-WEISSERT: 03./04.05.2002. Ironischerweise gehört das Spiel mit diesen Begriffen zur leisen Abgrenzung der beiden internationalen Häuser untereinander; so heißen Kunstsachverständige bei Sotheby's Experten, bei Christie's hingegen Spezialisten (RUMBLER: 09.12.2002).

⁷⁴¹ HEINICK: 08.03.2003.

⁷⁴² HEINICK: 22.09.2001. In einer Übergangsphase, welche am 10. Juli 2002 endete, mussten sich die Staatsbeamten zwischen einer künftigen Tätigkeit als Kunst- oder als Zwangsversteigerer entscheiden (GRIMM-WEISSERT: 26./27.07.2002).

selbstverständliche Geschäftspraktiken wie Nachverkauf, Mindestpreisgarantien und Vorschuss auf Auktionserlöse sind seither erlaubt.⁷⁴³ Das zuvor auf 10% gesetzlich limitierte Auktionsaufgeld darf nun von Auktionshaus frei bestimmt werden, was neuen Spielraum bei den Verhandlungen über die Einliefererkonditionen ermöglicht.⁷⁴⁴ Ebenso dürfen die Handelsgesellschaften, die Inhaber der Versteigererlizenzen sind, fremdes Kapital aufnehmen – eine wichtige Voraussetzung für unternehmerische Expansion.⁷⁴⁵

Überraschenderweise wurde die Einrichtung des „Conseil des Ventes“ beibehalten. Dieser Rat hat die Aufgabe, Lizenzen zur Durchführung von Auktionen zu vergeben sowie bei Streitigkeiten zu schlichten; er umfasst 11 Mitglieder, welche für eine Amtszeit von 4 Jahren berufen wurden.⁷⁴⁶ Die Ernennung des neuen Versteigerungsrates durch den Justizminister bildete den eigentlichen Abschluss der Reform; unter seinen Mitgliedern befinden sich nun Vertreter der französischen Versteigerungsunternehmen, der internationalen Häuser Christie's und Sotheby's, aber auch der Präsident der nationalen Auktionatorenkammer – insgesamt behält allerdings die staatliche Seite durch die Entsendung von sechs Vertretern (staatliche Beamte) die Mehrheit.⁷⁴⁷ Der Rat kann innerhalb von vier Monaten nach Antragstellung die Zulassung erteilen oder den Antrag zurückweisen.⁷⁴⁸

Ein Grund für die langjährige Verzögerung der Reform war der Streit um eine Ausgleichszahlung: Die privilegierte Berufsgruppe der Commissaires-Priseurs wurde für den Verlust ihrer Monopolstellung finanziell entschädigt.⁷⁴⁹

Diese Entschädigung betrug pauschal 450 Mio. Franc, welche unter den Inhabern einer Lizenz aufgeteilt wurden. Unklar war lange, wie dieser Betrag finanziert werden

⁷⁴³ MELIKIAN: 13./14.02.1999; HEINICK: 08.01.2000. Als problematisch wird allerdings empfunden, dass es auch in diesen Bereichen Sonderregelungen gibt: So darf ein Nachverkauf nur zum Betrag des letzten Saalgebotes, jedoch nicht darunter, durchgeführt werden. Generell wird ein Zuschlag automatisch annulliert, falls der Käufer nicht binnen Monatsfrist zahlt – eine Regelung, welche manchen vorschnellen Bieter bequem zum Rückzug zu verleiten geeignet ist (HEINICK: 27.07.2002).

⁷⁴⁴ HEINICK: 04.01.2003.

⁷⁴⁵ AENGENEYNDT: 5/2000.

⁷⁴⁶ VILLINGER: 11.08.2001; GRAHAM: 08.08.2001; FRANKS: 04.02.2000.

⁷⁴⁷ HEINICK: 08.01.2000; HEINICK: 21.07.2001; GRIMM-WEISSERT: 21./22.09.2001.

⁷⁴⁸ GRIMM-WEISSERT: 21./22.09.2001.

⁷⁴⁹ GAILLARD/QUEMIN/CHALMIN/BOREL/SOUSI/MAUGER (2001): 227f.; HEINICK: 11.07.1998; HEINICK: 19.06.1999.

sollte. Neben der nächstliegenden Lösung – der Staat, welcher die Monopolstellung 1552 begründet und 2001 beendet hat, entschädigt für den Monopolverlust – wurde auch diskutiert, den Betrag durch eine Abgabe i. H. v. 0,8% von allen künftigen (Auktions-) Zuschlägen zu finanzieren.⁷⁵⁰

Umgesetzt wurde allerdings der ursprüngliche Vorschlag, die Mittel aus Steuergeldern zu bestreiten. Jeder Amtsinhaber bekam entweder die Hälfte der Schätzung des Verkaufswertes dieses Amtes oder aber den kompletten nachgewiesenen tatsächlichen Verlust erstattet.⁷⁵¹ Die Commissaires-Priseurs hatten zwei Jahre Zeit, eine Entschädigung einzufordern und ihre individuellen Daten vorzulegen.⁷⁵²

3.3.4.1 Neue Kooperationen

Die Marktöffnung wurde speziell von den internationalen Häusern mit Spannung erwartet. Sotheby's legte sein Büro in die ehemalige Galerie Charpentier gegenüber dem Elysée-Palast und installierte dort Auktionssäle, Christie's übernahm die Räume der früheren Galerie Artcurial.⁷⁵³ „Nous serons prêts à réagir“, verkündete der Direktor von Christie's in Frankreich, Hugues Joffre, im Dezember 1999 im Hinblick auf das Inkrafttreten des Gesetzes.⁷⁵⁴

In der neunjährigen Phase zwischen der Einreichung der Klage wegen Verstoßes gegen das Recht der Europäischen Union und dem Inkrafttreten des Gesetzes gab es vereinzelte Versuche, das alte Recht durch Abhalten von der noch geltenden Gesetzeslage zuwiderlaufenden Auktion faktisch außer Kraft zu setzen. Dies geschah durch Auktionen außerhalb des Hotel Drouot und durch die Anstellung von Commissaires-Priseurs zur Durchführung einer Auktion eines fremden, d.h. ausländischen Hauses.

⁷⁵⁰ HEINICK: 11.07.1998. Ironischerweise war es schon vor der Französischen Revolution Gewohnheitsrecht, dass der Commissaire-Priseur das Amt von seinem Vorgänger kaufen musste (MELIKIAN: 18./19.12.1999).

⁷⁵¹ HEINICK: 19.06.1999; GRIMM-WEISSERT: 30.06./01.07.2000; AENGENEYNDT: 8/2000.

⁷⁵² GRIMM-WEISSERT: 30.06./01.07.2000.

⁷⁵³ FLECK: 4/1999; SILBERT: 02.12.1999; DUPONCHELLE/DE ROCHEBOUET: 02.12.2000; HEINICK: 27.07.2002.

⁷⁵⁴ SILBERT: 02.12.1999.

So versuchte das Internetauktionenhaus N@rt die Rechtsunsicherheit bezüglich der Versteigerungslizenzen, aber vor allem diejenige bezüglich Internetauktionen auszunutzen, um in Frankreich Internetauktionen zu veranstalten. Die Auktionsware wurde in Paris ausgestellt, die Daten allerdings in den USA ins Netz eingespeist. Nach der ersten Auktion klagte der Verband der Commissaires-Priseurs gegen diese Vorgehensweise. Das Pariser Landgericht gab dem Kläger Recht; N@rt musste in den Folgeauktionen auf französische Lizenznehmer zurückgreifen.⁷⁵⁵

Diese Version der Zusammenarbeit zwischen einem lizenzlosen Versteigerungsunternehmen und einem Commissaire-Priseur war erprobt. Mitte der 1990er Jahre versteigerte Commissaire-Priseur Jacques Tajan mehrfach in Paris für das Wiener Dorotheum, 1998 für das auf Oldtimer spezialisierte Londoner Haus Brooks.⁷⁵⁶

Nachdem sich die Marktöffnung immer weiter verzögerte, entschied sich auch Sotheby's für eine derartige Kooperation. Trotz großer Widerstände seitens des Dachverbandes der Commissaires-Priseurs musste das Unternehmen staatliche Sanktionen dabei eigentlich nicht befürchten: Das Justizministerium erkannte schon 1991 eine von Sotheby's durchgeführte Auktion als rechtmäßig im Sinne der französischen Rechtslage an, da man damals ebenfalls Tajan als Auktionator engagiert hatte.⁷⁵⁷ Für die Versteigerung der Sammlung von Charles de Beistegui und des Inventars seines Schlosses Groussay in Montfort l'Amoury⁷⁵⁸ hatte sich das Unternehmen allerdings mit dem französischen Versteigerungsbüro Poulain & Le Fur zusammengeschlossen, um dessen Auktionatoren einsetzen zu können.⁷⁵⁹

Absicht dieser Unternehmung war nicht nur ein erfolgreicher Sammlungsverkauf, sondern darüber hinaus eine Bewusstseinsbildung: Einerseits die Platzierung des Unternehmens im Bewusstsein der Klientel als dasjenige, welches als erstes internationales Unternehmen den Marktzugang in Frankreich erreicht hatte und

⁷⁵⁵ HEINICK: 18.12.1999; ERBSLÖH: 05./06.05.2000.

⁷⁵⁶ ERBSLÖH: 29./30.01.1999.

⁷⁵⁷ FLECK: 4/1999; ERBSLÖH: 29./30.01.1999.

⁷⁵⁸ 02. bis 06.06.1999.

⁷⁵⁹ ERBSLÖH: 26.01.1999.

andererseits der Nachweis, dass international angewendete Instrumente zur Herstellung von Kundenkontakten die Höhe der Erlöse zu steigern in der Lage ist.⁷⁶⁰

Diese “Benutzung” des Commissaire-Priseur als Marionette eines internationalen Multi überschritt allerdings eine Toleranzgrenze bei der Mehrheit der anderen Commissaires-Priseurs – durchaus auch bei denen, welche bislang diesem Mechanismus auf diskretere Weise gedient hatten. Die öffentlich geäußerte Empörung der übrigen Commissaires-Priseurs unter der Führung von Jacques Tajan konnte dennoch diese Auktion auf Schloss Montfort nicht verhindern.⁷⁶¹ Die für Auktionen in Paris zuständige Compagnie des Commissaires-Priseurs de Paris allerdings titulierte die Kollegen von Poulain & Le Fur als “Steigbügelhalter der ausländischen Konkurrenz” und verbot vorsorglich jede Versteigerungstätigkeit von Hervé Poulain und Rémy Le Fur in den Räumlichkeiten von Sotheby’s.⁷⁶²

Der Erfolg der Beistegui-Auktion hatte zur Folge, dass die zunächst nur als einmalige Kooperation geplante Partnerschaft zwischen Sotheby’s und Poulain & Le Fur in verschiedenen Bereichen fortgesetzt wurde.⁷⁶³ So schloss Sotheby’s noch im selben Jahr seine defizitäre Abteilung für automobile Oldtimer in London und verkaufte im Jahr 2002 eingelieferte Fahrzeuge nur noch in den Automobilauktionen des französischen Partners.⁷⁶⁴

Das im Vorfeld der Beistegui-Auktion gegenüber Hervé Poulain und Rémy Le Fur ergangene Verbot, in den Räumen von Sotheby’s als Auktionatoren tätig zu werden, hatte allerdings Nachwirkungen. Als Sotheby’s ankündigte, Poulain & Le Fur würden am 27.06.2001 die Sammlung des Monegassischen Antiquitätenhändlers Luigi Laura in der Pariser Sotheby’s-Niederlassung versteigern,⁷⁶⁵ erreichte die Compagnie des Commissaires-Priseurs de Paris mit einem Schnellverfahren am Pariser Landgericht

⁷⁶⁰ HEINICK: 12.06.1999.

⁷⁶¹ ERBSLÖH: 29./30.01.1999.

⁷⁶² HEINICK: 24.07.1999; AENGENEYNDT: 5/2000.

⁷⁶³ HEINICK: 24.07.1999.

⁷⁶⁴ BENNETT: 06.03.2000. Nachdem Poulain & Le Fur sich allerdings im Juni 2002 mit Artcurial-Briest zusammengeschlossen hatten, wurde diese Zusammenarbeit wieder aufgekündigt (GRIMM-WEISSERT: 28.05.2002; HEINICK: 01.06.2002).

⁷⁶⁵ GRIMM-WEISSERT: 16.05.2001; HEINICK: 19.05.2001.

eine Neuauflage des Verbotes.⁷⁶⁶ So wurden die beiden Versteigerungsunternehmen gezwungen, die Auktion in den – vergleichsweise bescheidenen - Räumlichkeiten von Poulain & Le Fur durchzuführen. Der Pariser Handel, seit Jahren mit immer neuen Verzögerungen der Reform und der kostenintensiven Abwanderung wichtiger Stücke ins Ausland konfrontiert, sah von Telephoneboten ab, um sich demonstrativ an der Auktion im Saal zu beteiligen – neben der hohen Qualität der Objekte sicherlich ein Grund für den enormen Erfolg der Versteigerung.⁷⁶⁷

Die Aussicht auf die Reform hatte unterdessen nicht nur zu einer überfälligen Renovierung des Hôtel Drouots und der Einrichtung einer Website drouot.com, sondern darüber hinaus auch zu diversen Partnerschaften⁷⁶⁸ geführt, durch welche die Commissaires-Priseurs ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern versuchten: Neben dem Zusammenschluss von Tajan und LVMH einerseits und PIASA und Artemis, der Holdinggesellschaft von Christie's andererseits⁷⁶⁹ vereinbarte Boisgirard eine Zusammenarbeit mit Bonhams in London und Doyle in New York. Beaussant & Lefèvre haben eine Allianz mit dem Internetauktionenhaus N@rt geschlossen, welche auch die Zeitschriften „Journal des Arts“ und „L'OEil“ umfasste und in eine gänzliche Übernahme des Versteigerers durch das Internetunternehmen mündete.⁷⁷⁰ Christie's hat zudem mit Francois de Ricqlès einen Commissaire-Priseur als „Botschafter“ unter Vertrag genommen; mit dem Rang eines stellvertretenden Direktors ausgestattet, soll er vornehmlich Kontaktpflege für das Haus betreiben.⁷⁷¹ Denn die Kundenkontakte sind der Schlüssel zum Erfolg auf dem französischen Markt, den man, so Ricqlès, „in fünf Jahren nicht mehr wiedererkennen wird“.⁷⁷²

⁷⁶⁶ RUGE: 24.06.2001, GRIMM-WEISSERT: 26.06.2001; GRIMM-WEISSERT: 29./30.06.2001.

⁷⁶⁷ GRIMM-WEISSERT: 29./30.06.2001; GRIMM-WEISSERT: 10.07.2001. Christie's hatte später ähnliches Lehrgeld zu zahlen, als nach dem Inkrafttreten der Reform Werke aus dem Nachlass von Alberto Giacometti verkauft werden sollten. Da der Nachlass unter einer öffentlich eingesetzten Verwaltung stand, musste das Nachlassgericht der Auktion zustimmen, was die Commissaires-Priseurs als Zeichen für eine Nachlassauktion i.S.d. Reformgesetzes auslegten, die wiederum nach wie vor nur durch einen französischen Beamten vorgenommen werden konnte. Nachdem diese Haltung gerichtlich bestätigt wurde, musste Christie's die Auktion ins Hotel Douot verlegen und durch einen Commissaire-Priseur durchführen lassen (HEINICK: 03.11.2001; GRIMM-WEISSERT: 27./28.09.2002; GRIMM-WEISSERT: 04./05.10.2002).

⁷⁶⁸ HEINICK: 15.04.2000; HEINICK: 21.10.2000.

⁷⁶⁹ Vgl. 2.1.6.3 – *Das Schlachtfeld Kunstmarkt*.

⁷⁷⁰ AENGENEYNDT: 8/2000.

⁷⁷¹ HEINICK: 13.10.2001-2; GRIMM-WEISSERT: 16.10.2001.

⁷⁷² HEINICK: 04.01.2003; Ricqlès zit. nach HEINICK: 27.10.2001-1.

Von einem ehemaligen Sotheby's-Mitarbeiter wurde sogar ein ganz neues Auktionshaus in Paris gegründet: „ALICE, the Smart Auction Company“. Der Name leitete sich her aus den Anfangsbuchstaben aller Eigenschaften, welche der Eigentümer Francis Simon für sich, sein Unternehmen und dessen Ware in Anspruch nahm: Authentizität, Legalität, Integrität, Glaubwürdigkeit (französisch „Crédibilité“) und Exzellenz. ALICE plante eine Auktion pro Jahr in Paris (und eine weitere in New York).⁷⁷³ Es stellte sich allerdings umgehend heraus, dass sich der Anspruch des Hauses nicht in Konkurrenz zu den internationalen Unternehmen durchsetzen ließ; die erste Auktion sollte auch die letzte sein.⁷⁷⁴

Das Drouot selbst, d.h. die Institution mit Namensrechten und Immobilienbesitz, war lange Zeit hart umkämpft, da viele branchenfremde Investoren hierin den Schlüssel zu einem erfolgreichen Markeinstieg sahen: Nicht nur die Bekanntheit des Namens, vor allem die Konzentration des Angebots von täglich mehreren Auktionen an einen Ort wurde für sehr attraktiv gehalten. Zum Zeitpunkt der Gesetzesnovelle gehörte es der Kammer der Commissaires-Priseurs. Nachdem es vier Bewerbern⁷⁷⁵ nacheinander nicht gelungen war, die erforderliche Mehrheit der Anteile zu erwerben, wurde eine Gesellschaft gegründet, welche nach dem neuen Recht das Drouot betreibt, die Drouot-Holding.⁷⁷⁶ Anteilseigner sind nach wie vor die Pariser Versteigerer; unliebsame Übernahmen wurden verhindert, indem man für den Fall des Ausstiegs eines Gesellschafters ein Vorkaufsrecht der übrigen installierte. Allerdings halten immer mehr große Auktionsunternehmen ihre Auktionen in eigenen Räumen ab, so dass im Zweifel die Betriebskosten des Drouot bei sinkenden Umsätzen steigen werden.⁷⁷⁷

Davon unabhängig haben sich alle in Frankreich tätigen Auktionshäuser, also auch Christie's und Sotheby's, zu einem nationalen Verband zusammengeschlossen, dem

⁷⁷³ HEINICK: 23.09.2000.

⁷⁷⁴ THIBAUT: 10.07.2001; VILLINGER: 29.06.2002.

⁷⁷⁵ Dies waren Pierre Bergé, der ehemaliger Miteigentümer des Modehauses Yves Saint Laurent sowie die drei Investmentgesellschaften ABN Amro Capital, Barclays Private Equity und Axa Private Equity (VIDAL: 17.01.2002; GRIMM-WEISSERT: 12./13.04.2002; HEINICK: 22.06.2002). Bergé gründete daraufhin sein eigenes Auktionsunternehmen (HEINICK: 04.01.2003).

⁷⁷⁶ HEINICK: 23.11.2002; HEINICK: 07.12.2002; GRIMM-WEISSERT: 13./14.12.2002.

⁷⁷⁷ HEINICK: 22.06.2002.

„Syndicat national des Maisons de Ventes volontaires“ (Symev).⁷⁷⁸ Die Verbände der französischen Versteigerer sowie der Sachverständigen haben 2003 den Kunstmarktrat „Conseil National de Marché de l’Art“ (CNMA) gegründet, um bei der französischen Regierung als Lobby auftreten zu können.⁷⁷⁹

Nachdem Sotheby’s mit der Klage die Reform eingeleitet hatte und sich auch als das erste internationale Unternehmen profilieren konnte, das Auktionen in Frankreich durchführte, konnte sich Christie’s nur noch durch eine leichte Abwandlung der Kooperationsstrategie vom Konkurrenten absetzen. Man ging ebenfalls ein „Joint-Venture“ mit Commissaires-Priseurs ein: Anlass war der Verkauf der Sammlung von René Gaffé im November 2001, dessen Sammlung afrikanischer Stammeskunst eine Vereinigung mehrerer Pariser Auktionshäuser⁷⁸⁰ auf eigene Rechnung in den Pariser Räumlichkeiten von Christie’s, dessen Werke moderner Kunst jedoch Christie’s in New York versteigerte.⁷⁸¹ Der Grund für diese Aufteilung war nicht nur die Vermutung, dass die Werke der Moderne in New York deutlich höhere Preise erzielen würden als in Paris. Begünstigte dieser Nachlassauktionen waren das Institut Curie sowie das Kinderhilfswerk UNICEF, so dass die Suche nach dem optimalen Marktplatz für jedes einzelne Stück zur Erlösmaximierung eine testamentarische Auflage war.⁷⁸²

Als erste Lizenzen wurden Ende Oktober 2001 drei Versteigererdiplome an Christie’s und eines an Sotheby’s vergeben, welche seit Dezember 2001 selbständig in Paris versteigern.⁷⁸³ Den von der Presse zum Zweikampf um die erste Pariser Auktion hochgespielten Wettlauf konnte ebenfalls Sotheby’s für sich entscheiden: Der erste Hammerschlag nach dem neuen Recht fiel in der Buchauktion der Sammlung Charles Hayoit.⁷⁸⁴ Christie’s hingegen ist seit 2003 das größte Auktionshaus Frankreichs.⁷⁸⁵

⁷⁷⁸ HEINICK: 27.07.2002; GRIMM-WEISSERT: 02./03.08.2002.

⁷⁷⁹ GRIMM-WEISSERT: 04./05.04.2003.

⁷⁸⁰ Calmels, Chambre, Cohen & Gridel, Boscher, Flobert und Lasseron (HEINICK: 28.07.2001).

⁷⁸¹ BELLET/DURAND: 25.07.2001; DUPONCHELLE: 25.07.2001; SCHWEIZER: 15.12.2001.

⁷⁸² BENNETT: 25.07.2001; HÖHMANN: 01.12.2001; GRIMM-WEISSERT: 11.12.2001. Der Titel des Daily Telegraph „EU levy helps New York to land sale of the century“ (BENNETT: 25.07.2001) verweist auf einen weiteren Grund: Ein Verkauf der modernen Bilder in Frankreich hätte Folgeabgaben i.H.v. 3% des Erlöses nach sich gezogen (HEINICK: 28.07.2001).

⁷⁸³ GRIMM-WEISSERT: 30.10.2001.

⁷⁸⁴ GRIMM-WEISSERT: 02./03.11.2001; HEINICK: 03.11.2001; HEINICK: 08.12.2001.

3.3.4.2 Die Rolle von Paris

In der zweiten Hälfte des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts war Paris für viele Jahre das Zentrum des internationalen Kunstmarktes. Die Einführung des Folgerechts 1920, die deutsche Besatzung im Zweiten Weltkrieg, vor allem aber das Fernhalten der internationalen Konkurrenz durch das nun abgelöste Auktionsrecht haben diese Vormachtstellung beendet.

Es ist sehr wahrscheinlich, dass Frankreich zumindest auf „urfranzösischen“ Warengewerken wie Ebenisteneben des 18. Jahrhunderts, afrikanische Kunst oder angewandte Kunst des 20. Jahrhunderts, erneut führender Spezialmarkt werden wird.⁷⁸⁶ Auch für Bücher und Autographen könnte Paris innerhalb des nächsten Jahrzehnts das führende Zentrum werden; „Frankreich ist schließlich das klassische Buchland“, so Jörg-Michael Bertz, ehemals Vizepräsident von Sotheby's Deutschland.⁷⁸⁷ Alle Stücke dieser Bereiche wurden von den internationalen Häusern seit dem Zweiten Weltkrieg in London oder, um die französische Kundschaft besser zu erreichen, in Monaco versteigert.⁷⁸⁸

Hilfreich dürfte sein, dass in Frankreich unabhängig vom gesellschaftlichen Umfeld eine große Sammeltradition herrscht – Sammeln ist hier nicht nur Angelegenheit von Reichen oder Spekulanten.⁷⁸⁹ Die Reform hat dem Markt unmittelbar starke Impulse gegeben – mehr Auktionen werden veranstaltet und zudem professioneller durchgeführt. Dies wird den Nachschub an handelbaren Stücken erhöhen und sichern. Gleichzeitig bedeuten die Auktionen der internationalen Firmen für die großen Kunst- und Antiquitätenhändler einen Zuwachs an potentieller Kundschaft.⁷⁹⁰

⁷⁸⁵ HEINICK: 17.01.2004; MELIKIAN: 17./18.01.2004; GRIMM-WEISSERT: 30./31.01.2004.

⁷⁸⁶ MELIKIAN: 11./12.08.2001; HERSTATT: 20.09.2001. Speziell Stücke des „Art Déco“ haben seit einigen Jahren Preise erreicht, die denen von Erzeugnissen des 18. Jahrhunderts nicht mehr nachstehen (HEINICK: 30.12.2000); vgl. 4.2.4 – *Angewandte Kunst und Asiatika*.

⁷⁸⁷ Zit. nach VOGES: 29.12.2001.

⁷⁸⁸ MELIKIAN: 18./19.12.1999. Der Versuch, das Warengebiet nach New York zu transferieren, schlug 1998 mit der Auktion „Arts of France“ bei Christie's dramatisch fehl; die Auktion erlöste nur die Hälfte der prognostizierten Einnahmen (HERCHENRÖDER (2000): 17).

⁷⁸⁹ ERBSLÖH: 05.11.1999; MELIKIAN: 06./07.01.2001.

⁷⁹⁰ HEINICK: 03.11.2001.

Entgegen früheren Befürchtungen können sich die französischen Auktionsunternehmen gegen die neue, internationale Konkurrenz sehr gut behaupten – hier helfen nicht nur die flexiblere, deutlich kleinere Struktur, welche schnellere Entscheidungen ermöglichen kann, sondern vor allem auch die mitunter seit Generationen geknüpften Kontakte.⁷⁹¹ Nicht zuletzt hilft der Nationalstolz der Klientel – viele Franzosen scheuen sich davor, bei „ausländischen“ Unternehmen Kunst einzuliefern.⁷⁹² Allerdings ist unmittelbar nach der Marköffnung deutlich sichtbar geworden, dass sich die internationalen Häuser nicht auf das Abhalten von Prestige-Auktionen mit typisch französischen Objekten beschränken wollen, sondern durchaus eine breit angelegte Verwurzelung im Nationalmarkt anstreben.⁷⁹³

Auch auf der Käuferseite wird die Reform mittel- und langfristig weitreichende Folgen haben. Wenn man die Spitzenstücke nicht mehr ausführen muss, werden letztlich auch mehr ausländische Museumskuratoren Gelegenheit haben, sich an Auktionen in Frankreich zu beteiligen.⁷⁹⁴ Speziell unter Amerikanern ist Paris eine der wichtigsten europäischen Destinationen – Francois Curiel, Vorstandsvorsitzender von Christie's France, will ausgemacht haben, dass für eine Auktion in Paris bei dieser Klientel bereits ein „Chic-Faktor“ spricht.⁷⁹⁵ Der französische Handel hat zwar mit der Verweigerung einiger wichtiger Auktionen der internationalen Häuser gezeigt, dass man über die Marköffnung nicht nur positiv denkt.⁷⁹⁶ Diese Demonstration von Stärke wird einigen Einfluss haben auf die Preisgestaltung von austauschbarer Ware, welche der örtliche Handel nicht oder nur sehr zurückhaltend kauft. Seltene Stücke jedoch werden auch die Händler rasch aus der selbstverordneten Reserve locken; die Verweigerung wird sich im Laufe einiger weniger Jahre auflösen.

Im Bereich der Wiederverkäufer gibt es eine weitere französische Besonderheit. Wichtige Vermittler von angewandter Kunst, wie Möbeln, dekorativen Bronzen oder Skulpturen, sind Innenarchitekten.⁷⁹⁷ Diese wiederum sind häufig Franzosen und

⁷⁹¹ HEINICK: 04.01.2003.

⁷⁹² GRIMM-WEISSERT: 11./12.01.2002; BENNETT: 22.03.2004.

⁷⁹³ HEINICK: 10.01.2004-2.

⁷⁹⁴ MELIKIAN: 18./19.12.1999.

⁷⁹⁵ GRIMM-WEISSERT: 27./28.12.2002; HEINICK: 04.01.2003; HANEL: 26.07.2003.

⁷⁹⁶ GRIMM-WEISSERT: 11./12.01.2002.

⁷⁹⁷ BENNETT: 12.06.2000; BENNETT: 05.03.2001; vgl. 2.1.4 – Berater, Sachverständige, Detektive.

kaufen auch dann bevorzugt in Paris ein, wenn sie selbst im Ausland leben und tätig sind.⁷⁹⁸

Alle diese Faktoren werden zudem Auswirkungen haben auf die Zusammensetzung der Käufergruppen – schon heute geht man davon aus, dass der Anteil von Endkunden in Frankreich signifikant höher liegt als in London oder New York.⁷⁹⁹ Wenn sich die eingangs geschilderte These bewahrheitet, dass der Endkunde auf Auktionen höhere Preise bewilligt als der Wiederverkäufer, könnte bald Paris der optimale Marktplatz für viele Warenggebiete des Kunstmarktes werden.⁸⁰⁰

3.3.5 Rechtsgrundlagen der Internetdistribution

Seit den 1990er Jahren wird Kunst im Internet als anonymes Distanzgeschäft gehandelt.⁸⁰¹ Die Anwendung nationaler Gesetze auf Vorgänge im Internet ist in der Rechtslehre wie der Rechtsprechung allerdings immer noch umstritten.⁸⁰² Naheliegend ist die Geltung der Rechtsordnung des Staates, in dem das Programm ins Netz gespeist wird, d.h. wo der Server steht. Diese Sicht würde aber bedeuten, dass ein Anbieter für ihn ungünstige Gesetze einfach umgehen kann, indem er sein Programm im Ausland einspeist.⁸⁰³

Daher wurde ein anderes Modell in der E-Commerce-Richtlinie der EU-Kommission festgelegt: Es gilt die Rechtsordnung eines Staates auch dann für den Anbieter und sein Programm, wenn letzteres nicht im Inland eingespeist wird, aber in inhaltlichem Bezug zum Staat steht.⁸⁰⁴ Dieser inhaltliche Bezug ist als Zuschnitt des Angebots auf

⁷⁹⁸ GRIMM-WEISSERT: 16./17.03.2001.

⁷⁹⁹ MELIKIAN: 11./12.08.2001. Grund hierfür ist auch die Rolle der Stadt als Touristenmagnet; in den 1980er Jahren sollen 90% aller Kunden des Pariser Kunstmarkts Amerikaner gewesen sein (PASTRE: 5/2000-1).

⁸⁰⁰ In der Tat hat die Zahl aller Verkäufe in Paris seit der Marktöffnung stetig zugenommen (HEINICK: 25.05.2002; HEINICK: 23.08.2003; GRIMM-WEISSERT: 09./10.01.2004).

⁸⁰¹ HEILBOCK: 22.04.2000; vgl. 6.1.3.1 – *Handel im Internet* und 6.2.2 – *Die Internetauktion*.

⁸⁰² In Deutschland hat sich zunächst das Strafrecht mit dem Internet auseinandersetzen müssen, so dass die Frage nach der Anwendbarkeit deutschen Rechts zunächst von deutschen Strafrechtlern beantwortet wurden (vgl. AG Mannheim, Entscheidungen vom 09.03.1999 und 03.05.1999, NJW 1999, 2065, 2066; BOESE (2000): 101 m.w.N.). Bürgerlich-rechtliche Streitigkeiten, die im Zusammenhang mit Internet-Angeboten standen, kamen erst später vor deutsche Gerichte. Diese haben die strafrechtlichen Theorien zur Geltung der deutschen Rechtsordnung jedoch übernommen (vgl. LG Hamburg, Entscheidung vom 14.04.1999, EWiR 1/99, 699,700).

⁸⁰³ KIENLE (1998): 86.

⁸⁰⁴ SIEBER (1999): 2065ff. m.w.N.

ein Publikum des Staates zu verstehen. Indiz hierfür ist in erster Linie die gewählte Sprache.

Der Unternehmer fällt zudem auch dann unter nationales Recht, sobald er einen Teil der Dienstleistung im betreffenden Land erfüllt. Relevant ist dies besonders bei nationalen Töchtern US-amerikanischer Versteigerer, welche in allen Ländern, in denen die Tochterfirmen z. B. Informationsdienste anbieten, auch Mehrwertsteuer entrichten müssen für diejenigen Geschäfte, die mit Bewohnern des Landes zustande kommen.⁸⁰⁵

Bei Internet-Auktionen folgte aus der Argumentation, dass sie unabhängig von ihrem Einspeisungsort unter die deutsche Rechtsordnung fallen, der Verstoß derartiger Auktionen gegen die VerstV. Diese geht nämlich von einer realen Auktion und dem körperlichen Vorhandensein eines Auktionators aus. Betroffen waren nicht nur die nationalen Kunstauktionshäuser, sondern z. B. auch die nationale Version von eBay. Eine gerichtliche Überprüfung der Zulässigkeit von Internetauktionen hat jedoch ergeben, dass diese nicht Auktionen i.S.d. Versteigererverordnung, sondern „Geschäfte im Fernabsatz“ sind: Daher gilt nicht die VerstV, sondern das Fernabsatzgesetz – was dem Käufer z. B. 14 Tage nach Erhalt der Ware ein unbeschränktes Widerrufsrecht einräumt.⁸⁰⁶

Der Bundesgerichtshof hat klargestellt, dass der Kaufvertrag mit dem Mausklick zustande kommt.⁸⁰⁷ Als Nachweis des Geschäftsabschlusses gilt jedoch nicht die gescannte Unterschrift, sondern nur ein (Papier-) Dokument oder aber konkludentes Verhalten, z. B. die Zahlung des Kaufpreises.⁸⁰⁸ Die Bezeichnung „Auktion“ dürfen die Fernabsatz-Geschäfte im Internet aber tragen.⁸⁰⁹ Stellt der Anbieter nur das Portal zur Verfügung, so haftet er nicht für Einträge seiner Kunden unter dem Portal, sofern er selbst in seinen Verträgen Ausschlussvorschriften festlegt und diese durch regelmäßige Kontrollen überwacht, um die Fahrlässigkeit zu widerlegen.⁸¹⁰

⁸⁰⁵ LANGER: 06.06.2003.

⁸⁰⁶ HENN: 30.06.2000; VALENTIN: 27./28.07.2001.

⁸⁰⁷ SPEHR: 31.08.2002.

⁸⁰⁸ HENRICH: 18/2000.

⁸⁰⁹ LOVENBERG: 15.01.2000; HEILBOCK: 12.02.2000; IMDAHL: 12.08.2000; KOLDEHOFF: 04/2000-2.

⁸¹⁰ DIESELHORST: 05.12.2001.

Nachdem für Geschäfte über das Internet im Jahr 2003 eine EU-einheitliche Besteuerung geschaffen wurde, ist zu erwarten, dass diese auch für den regulären Handel Geltung erlangt - die unterschiedlichen Steuersätze der EU-Mitglieder werden schließlich vor allem vom Handel als Verkaufshemmnisse gesehen.⁸¹¹

3.3.6 Rechtswidrige Praktiken

Ein ebenso unorthodoxer wie untrüglicher Hinweis auf die Resistenz eines bestimmten Allokationsprinzips ist dessen missbräuchliche Praxis. In dem Maße, in dem die Geschichte des Auktionswesens begleitet wird von immer raffinierter werdenden rechtswidrigen Praktiken, ohne dass die Auktion als solche zur Disposition gestellt würde, erweist sich deren Robustheit auch in der Konkurrenz mit anderen Vermarktungsformen.

3.3.6.1 Die Scheinauktion

Die Scheinauktion hat ihre Bezeichnung von den zum Schein teilnehmenden Personen. Diese bieten ohne Kaufabsicht mit, um wirkliche Interessenten zum Höherbieten zu verleiten.⁸¹² Häufig sind es Angestellte des Auktionshauses oder deren Verwandte. Eine solche Scheinauktion verstößt in Deutschland gegen §15 VerstV.

Der klassische Fall einer Scheinauktion findet allerdings nicht auf dem Kunstmarkt statt. In einem zu räumenden Ladengeschäft wird von einem "falschen" Versteigerer und seinen Komplizen Auktion gespielt. Sobald arglose Zuschauer den Raum betreten, schlägt der Versteigerer seinen als Bieter auftretenden Helfern Ware zu extrem günstigen Preisen zu. Dieses Spiel steigert sich, um in einer "Schnäppchen-Atmosphäre" den arglosen Passanten Ware zu dann überteuerten Preisen zuzuschlagen.⁸¹³

⁸¹¹ THIBAUT: 28.02./01.03.2003.

⁸¹² RUOSS (1983): 6ff.

⁸¹³ STECHL (1995): 29.

Eine Scheinauktion liegt ebenfalls vor, wenn der Eigentümer oder der Galerist selbst die von ihm eingelieferten Kunstwerke hoch- oder sogar ersteigert. Speziell Galeristen wird diese Taktik häufig nachgesagt - sie soll die "Kurse" der von ihnen vertretenen Künstler stützen.⁸¹⁴

3.3.6.2 Der Händlerring

Das Erreichen des Auktionsziels, nämlich das Hochtreiben des Preises durch die Gebote mehrerer Interessenten, kann durch eine Absprache der Teilnehmer verhindert werden. Verabreden sich Käufer, in der Auktion nicht miteinander zu konkurrieren, um so gegenüber Verkäufer und Auktionator einen Vorteil zu erlangen, spricht man von einem Ring.⁸¹⁵

Mitglieder des Rings bieten nur bis zum Erreichen des Limits mit.⁸¹⁶ Der Ring erhält folglich den Zuschlag immer zu dem Wert, ab dem jeder weitere, dem Ring nicht angehörende Bieter aussteigt.⁸¹⁷ Nach der eigentlichen Auktion treffen sich die Mitglieder des Ringes, um die vom Ring ersteigten Lots erneut, aber unter Ausschluss der Öffentlichkeit, zu versteigern.⁸¹⁸ Diese interne Auktion nennt sich "Knockout".⁸¹⁹ Während des "Knockouts" nehmen die Teilnehmer eine ringförmige Aufstellung ein, woher sich der Name der Organisationsform ableitet. Diese Aufstellung soll dem Oberhaupt des Rings die Durchführung der Versteigerung erleichtern.⁸²⁰

⁸¹⁴ BARTELS: 4/1990. Der Bundesgerichtshof hat entschieden, dass ein Einlieferer, welcher zur Preiserhöhung mitgeboten und dann den Zuschlag erhalten hatte, wie jeder Käufer zu behandeln sei, d.h. auch Käuferaufgeld und Mehrwertsteuer auf seinen Kauf zu entrichten hat (BGH, Urteil vom 01.07.1999, I ZR 191/96, vgl. DITTMAR: 01/2000); vgl. 6.2.1.3 – *Der Auktionsablauf*.

⁸¹⁵ ARTALE (1997): 1ff. Gegenstand der Betrachtung ist nicht die mehr oder weniger einmalige Verabredung von einander bekannten Käufern, die sich zufällig für dasselbe Stück interessieren. Wird diese Art von Organisation professionell angewandt, hat sie nur Händler als Teilnehmer.

⁸¹⁶ KLAUSER (1982): 17; ARTALE (1997): 103.

⁸¹⁷ Welches der Ringmitglieder in der Urauktion den Zuschlag erhält, wird entweder vorher abgesprochen oder ergibt sich aus der Gebotssituation, da in der Regel nur tatsächlich Interessierte entscheiden können, ob das Lot zu dem Preis, der durch fremde Mitbieter erreicht worden ist, noch käuflich i.S.v. verwertbar ist.

⁸¹⁸ CASSADY (1967): 42.

⁸¹⁹ WRIGHT (1966): 101.

⁸²⁰ STECHL (1995): 30.

Von dem nun erreichten Preis wird der Einkaufspreis abgezogen und der Rest unter den Mitgliedern aufgeteilt. Auktionsgebühr und Mehrwertsteuer werden somit nur für den Einkaufspreis entrichtet.⁸²¹ Für denjenigen, welcher das Lot letztlich ersteigert, hat dies nicht nur den Vorteil, dass der endgültige Kaufpreis möglicherweise geringer ist und die Auktionsaufschläge nicht nur viel geringer ausfallen, sondern auch vom gesamten Ring getragen werden. Außerdem wird ihm nach Bezahlung sein Anteil am Überschuss zurückerstattet. Teilweise wird der “Knockout” auch in der Form der Höchstpreisauktion durchgeführt, in der jeder Teilnehmer ein verdecktes Gebot abgibt.

Zuerst scheidet der Bieter der niedrigsten Summe aus. Er erhält die Differenz zwischen dem Zuschlagspreis der Urauktion und seinem Gebot, geteilt durch die Anzahl der Ringmitglieder. Der ausgezahlte Betrag wird zum Zuschlagspreis der Urauktion addiert. Dieses Verfahren wird fortgesetzt, bis nur noch das höchste Gebot übrigbleibt.⁸²² Nicht aufgrund der Auktionsform, sondern wegen seiner regionalen Verbreitung wird dieses Modell “English knockout” genannt.⁸²³

Diejenigen, die in der zweiten, der „Händlerversteigerung“, nicht kaufen, haben durch das Unterlassen von eigenen Geboten in der Urauktion den finanziellen Vorteil der Überschussbeteiligung.⁸²⁴ Dieses Muster ist natürlich auch auf den “Knockout” anwendbar, so dass sich ein zweiter, “innerer” Ring bilden kann.

Diese Vorgehensweise schädigt den Einlieferer wie den Versteigerer. Der Einlieferer des Stückes ist um den Teil des Gegenwerts gebracht, den der Zuschlag aufgrund der unterbliebenen Gebote nicht gestiegen ist. Dem Auktionshaus entgeht die Einnahme des Aufgelds i.H. der unterbliebenen Steigerung.

Dass diese Organisation aber weit mehr ist als der spielerische Versuch, Ware möglichst günstig einzukaufen, zeigen die Racheaktionen der Händlerringe gegenüber Abtrünnigen. Nicht selten werden diejenigen Lots, bei denen ein Händler,

⁸²¹ Daher ist der Ringvorteil auch der direkte Nachteil des Staates.

⁸²² SMITH (1989): 70.

⁸²³ STECHL (1995): 30.

⁸²⁴ Interessant besonders für den Teilnehmer, der an dem Lot ursprünglich gar kein Interesse hatte und nun für das Unterlassen des Mitbietens entlohnt wird!

der sich nicht am Ring beteiligt hat, diesen überbietet, nach der Auktion “zufällig” beschädigt oder zerstört.⁸²⁵

Der beste Schutz gegen die Ringbildung ist die Festlegung von Reserven. Da das Lot dann (mindestens) zur vom Verkäufer festgelegten Reserve verkauft wird, kommt der Verkauf letztlich zu Bedingungen zustande, mit denen sich alle Beteiligten vorher einverstanden erklärt haben.⁸²⁶ Verhindern kann das Auktionshaus die Bildung von Ringen ohnehin nicht. Erkennt der Auktionator im Laufe der Auktion, dass ein Teil der Bieter im Ring organisiert ist, könnte er noch die Reserve der von Ringmitgliedern bebotenen Stücke anheben oder sogar einen Scheinbieter des Verkäufers mitbieten lassen. Dies stünde jedoch nicht nur im Gegensatz zu Gesetzen und ethischen Leitlinien des Auktionswesens. Derartige Taktiken würden zudem das Risiko in sich bergen, dass der Ring vor Erreichen der neuen Reserve oder nach Abgabe eines Scheingebots aussteigt und das zur alten Reserve sicher verkaufte Lot zurückgeht.⁸²⁷

Ringbildung wird von Öffentlichkeit und Presse aber nicht durchgehend negativ beurteilt. Dominiert der Handel ohnehin eine einzelne Auktion, wird eine Bietzurückhaltung durchaus zuweilen als “solidarisch und kollegial” bewertet.⁸²⁸

Die Bildung eines Ringes ist nur nach dem britischen Auktionsgesetz (aus dem Jahr 1927) verboten und mit einer Höchststrafe von sechs Monaten Gefängnis belegt.

3.3.6.3 Angeräumte Auktionen

Eine besonders beliebte Praxis ist die Auflösung eines “angeräumten” Inventars im Wege einer Versteigerung. Ausgangspunkt ist ein Haus in Alleinlage, das zum Verkauf steht. Nach der Anmietung für rund drei Monate und der Einlagerung des

⁸²⁵ WRIGHT (1966): 100.

⁸²⁶ Schließlich legt der Verkäufer die Reserve auf Anraten der Experten des Auktionshauses fest, vgl. 5.2 – Konkurrenz auf dem Beschaffungsmarkt.

⁸²⁷ Ein größeres Problem als in bei Kunstauktionen zur Anwendung kommenden Englischen Auktionen stellt die Ringbildung ohnehin bei Vickrey- und Höchstpreisauktionen zur Vergabe öffentlicher Aufträge dar. Hier kann jedoch die Analyse des Bietverhaltens von Ringen zu einer Auktionsgestaltung führen, die derartige Organisationen verhindert (ARTALE (1997): 105).

⁸²⁸ THIBAUT: 19/20.03.1999.

Originalinventars wird das Haus neu eingerichtet, d. h. vom Keller bis zum Dach vollgestellt mit Möbeln, Orientteppichen, Gemälden, Asiatika, aber auch persönlichen Gegenständen wie Schmuck, Handtaschen und Koffern etc. Bei diesen Dingen handelt es sich um Ware von Großhändlern, die teilweise keineswegs gebraucht, sondern nur patiniert worden ist.

In der Folge wird dann die Auflösung einer Villa angekündigt und im Wege der Versteigerung vorgenommen.⁸²⁹ Entnommene Ware wird ersetzt. Dieses System arbeitet so lange, bis das regionale Käuferinteresse nachlässt - das Haus ist genauso voll wie zu Beginn. Dann wird das Inventar über andere Auktionsunternehmen tatsächlich aufgelöst und das Haus zurückgegeben. Die Ware kursiert so teilweise noch jahrelang auf dem Markt.⁸³⁰

Ebenfalls angeräumt wird häufig der Dachboden eines Schlosses oder Gutshauses, um den Inhalt dann wieder zu versteigern. Hier werden aber tatsächlich alte Dinge untergebracht - die natürlich so wertlos oder beschädigt sind, dass sie in normalen Auktionen auch unter der Rubrik Varia keine Verkaufschance hätten. Der Absatz vom Dachboden wird dann vom Schloss-Nimbus ermöglicht. Besonders im Sommer und speziell in Frankreich und Großbritannien sind derartige "Stately Attic Auctions" ein großer Erfolg.⁸³¹

Fazit zu **3.3 Juristische Rahmenbedingungen**: *Die wenigen nationalen Unterschiede von juristischen Grundlagen des Marktes behindern den freien Warenfluss und erschweren wie verteuern den Handel mit Kunst. Dies sind vor allem unterschiedliche Mehrwertsteuersysteme und Ausfuhrbestimmungen.*

Denn die strengen Vorschriften zur Durchführung von Auktionen werden seit Jahrzehnten von den Unternehmen umgesetzt; die entsprechenden Maßnahmen stören den Ablauf nicht, sondern sind logische Begleiter und geeignet, den „Mythos Auktion“ stetig zu beleben. Missbrauch durch Scheinauktionen, angeräumte Auktionen oder die nur in England verbotenen Händlerringe belegen nicht zuletzt die Attraktivität der Distributionsform. Das Fehlen von Vorschriften zum Betrieb eines

⁸²⁹ Diese Versteigerung verstößt gegen §11 VerstV; vgl. 3.3.32 – Kunstmarktrecht am Beispiel Deutschlands.

⁸³⁰ FACKLER/KONERMANN (1991): 59f.

Kunsthandels hat dagegen nicht nur Gestaltungsfreiheiten der Unternehmer zur Folge, sondern auch eine gewisse dilettantische Konkurrenz.

Im Bereich der harmonisierten Vorschriften wird vor allem das EU-weit eingeführte Folgerecht in der Form einer Verpflichtung des Verkäufers zur Abgabe einer Erlösbeteiligung Auswirkungen haben. Der Londoner Markt für Kunstwerke des 20. Jahrhunderts mit sechs- und mehrstelligen Wertangaben wird mittelfristig nach New York abwandern – eine Tendenz, die unabhängig von Rechtsvorschriften seit einigen Jahren zu beobachten ist. Die Rentabilitätsgrenze eines Auktionsangebots in New York wird durch die erhöhten Transportkosten vorgegeben, welche unter dem Betrag der Folgerechtsabgabe liegen müssen. Das Vorhaben, ein Werk auf einer Auktion anzubieten, wird mit erhöhten Kosten daher generell risikoreicher – die Folgerechtsabgaben werden nur im Verkaufsfalle fällig, die Transportkosten muss der Eigentümer auch dann tragen, wenn das Bild auf der Auktion durchfällt.

Diese Risikoerhöhung könnte sich als Vorteil des Handels auswirken, welcher neben dem sicheren „Sofort-Ankauf“ auch die Sorge um die Folgerechtsabgabe übernehmen könnte und damit den Verkauf für den Eigentümer einfacher gestalten kann. Eine Verlagerung der Marktspitze nach New York wird zudem die beiden internationalen Auktionshäuser gegenüber kleineren, europäischen Konkurrenten stärken, da sie seit über 30 Jahren Verkaufsniederlassungen und Netzwerke in den USA unterhalten.

Auf den deutschen Markt wird eine Marktverlagerung von London nach New York weniger Einfluss haben als befürchtet, da in der fraglichen Wertregion schon heute der größte Teil der Werke nicht in Deutschland angeboten wird. Eine entsprechende Benachteiligung des Londoner Marktes wird allerdings kaum Verkäufe nach Deutschland zurückbringen, da zahlreiche andere Gründe ebenfalls für einen Verkauf auf dem internationalen Markt sprechen.

Auch für die Schweiz werden die Folgen dieser Harmonisierung gering ausfallen. Der entsprechende Markt von hochwertiger Kunst der Moderne ist dort zu schwach

⁸³¹ WINDSOR: 27.09.1998.

ausgeprägt; es gibt kein Netzwerk, welches mit London oder New York vergleichbar wäre. Zudem sind die bürokratischen Hürden eines Imports ebenso hoch wie bei einem Transport in die USA. Die Rolle der Schweiz wird sich im Bereich der oberen Marktsegmente nach wie vor auf den des zoll- und abgabenfreien Lager- und Umschlagplatzes innerhalb der Freihäfen beschränken.

Die Öffnung des französischen Marktes hat keineswegs nationale Netzwerke zerstört, sondern im Gegenteil deren Funktion und Bestand unterstrichen. Lediglich im obersten Marktsegment werden die internationalen Häuser erfolgreich sein und die Geschäfte an der Marktspitze an sich ziehen können. Diese Entwicklung wirkt sich gegen den Handel aus, welcher bislang in diesem Gebiet nur mit nationalen Kleinunternehmen zu konkurrieren hatte.

Kunsthandel und –auktion im Internet hat hingegen von der Harmonisierung profitiert. Nachdem ein einheitliches, EU-weit gültiges Steuersystem etabliert sowie die Geltungsbereiche nationaler Vorschriften bestimmt wurden, könnten diese beiden Entwicklungen Vorbildcharakter für den Binnenhandel mit Kunstwerken besitzen.

4. Kunst als Ware

4.1 Produkteigenschaften

Nahezu alle Sammelgebiete haben dieselben Maßstäbe zur Preisbildung. Dies ist in erster Linie Qualität: Exzeptionell hohe Preise werden nur dann erzielt, wenn Außergewöhnliches geboten wird;⁸³² „nur das Beste hat Bestand“, so Kunstmarktautor Christian Herchenröder.⁸³³ Dies gilt nicht nur im Mittelmarkt, sondern vor allem im Bereich der Marktspitze – die Investition eines Rekordpreises lohnt sich sogar für Händler, sofern der Markt für den betreffenden Künstler schon derart eng geworden ist, dass später jeder kaufwillige Sammler, jedes kaufwillige Museum keine Alternative zu diesem Händler haben wird, will man eine Lücke schließen.⁸³⁴ Selbstredend geht die steigende Konzentration auf Spitzenwerke einher mit der zunehmenden Schwierigkeit, solche zu finden.⁸³⁵

Ganz generell muss festgestellt werden, dass sich der Kunstkäufer verstärkt dem Einzelobjekt zu- und von der Vorstellung des Ensembles abwendet. Dies bedeutet einerseits, dass der Sammler stärker Epochen, Techniken und Gebiete mischt. Andererseits verstärkt es die Nachfrage nach herausragenden Stücken und verstärkt so die Diskrepanz zwischen Preisen für Objekte höchster und solcher nur mittlerer Qualität.⁸³⁶

Neben der Qualität der Ausführung, der Größe, dem Material und dem Erhaltungszustand spielt das Renomé des Künstlers die ausschlaggebende Rolle.⁸³⁷ Gerade für diejenigen Käufer, die mit der Neuerwerbung renommieren möchten, ist es wichtig, dass sich das Bedürfnis, dieses Werk zu besitzen, dem Außenstehenden von selbst erklärt – nur so ist die gesellschaftliche Anerkennung sichergestellt. Der anglo- amerikanische Kulturkreis hat für derartige Stücke den Begriff „Trophy-

⁸³² LOVENBERG: 10.07.1999; MELIKIAN: 21./22.10.2000; GROPP: 29.12.2001-2.

⁸³³ HERCHENRÖDER: 07./08.02.2003.

⁸³⁴ MELIKIAN: 27./28.01.2001; MELIKIAN: 03./04.02.2001; GROPP: 29.12.2001-2.

⁸³⁵ Melikian: 03/2001.

⁸³⁶ HERCHENRÖDER (2000): 253; HOPPE (2001): 38; ERBSLÖH: 17./18.03.2000; ERBSLÖH: 18./19.02.2000-1; FABER-CASTELL: 07.01.2004.

⁸³⁷ SCHLOSSER: 06.11.1998.

Pictures“ geprägt: „Classic paintings that instantly proclaim their origins to all but the most artistically uninterested,“ so der Kunstmarktautor Will Bennett.⁸³⁸

Umgekehrt haben einzelne Künstler immer wieder versucht, sich mit der Wahl ihrer Materialien dem Kunstmarkt zu entziehen. In dem Maße, in dem die Werke „flüchtig“ sind, können sie nicht vermarktet werden.⁸³⁹ Aber auch Konzeptkunst und Netzkunst finden in Köpfen und dem Internet statt, eine dauerhafte Vermarktung im Sinne einer Eigentumsübertragung ist nicht möglich.⁸⁴⁰ Netzkunst wird allen Menschen zugänglich sein, die über die technische Ausstattung und über die Qualifikation zu deren Nutzung verfügen.⁸⁴¹ Dies gilt sehr ähnlich auch für die zunehmende Verwischung der Grenze zwischen darstellender und bildender Kunst, dem Kunstwerk in Form einer Performance und nicht zuletzt für den Trend zur „totalen Installation“. ⁸⁴² In allen diesen Fällen bietet sich dem Markt nur eine Darstellung des Werkes an, beispielsweise in Form von Photos, Einzelteilen, Resten, Überbleibseln eines vorherigen Ganzen.⁸⁴³ Demgegenüber werden Kunstwerke unabhängig von ihrem künstlerischen Wert allein deswegen überleben, weil sich die ausführenden Künstler der konservativen Techniken bedient haben.⁸⁴⁴

4.1.1 Authentizität

Zunächst muss das Kunstwerk selbstredend authentisch sein. Eine Abgrenzung zur Nachschöpfung oder einer der Formen von Kunstfälschung fällt nicht immer leicht.⁸⁴⁵ Ein geradezu kurioser Aspekt ist, dass nicht nur die Authentizität grundlegend für den Wert eines Kunstwerks ist. Dieser ist vielmehr nur dann zu realisieren, wenn sie sich auch nachweisen lässt. Dieser Nachweis kann leichter erbracht werden, wenn sich für den bestimmten Künstler ein Spezialist oder Expertenkomitee herausgebildet hat, d.h. Kunstforschung, Museen, Handel und Auktionen sich (im Zweifelsfall sogar

⁸³⁸ BENNETT: 02.07.2001.

⁸³⁹ STADEL: 12.05.2001; NEBELUNG: 29.05.2001; SCHÜTTE: 06/2001; HERSTATT: 07.06.2001

⁸⁴⁰ HERSTATT (2002): 78; BAUMGÄRTL (2002): 229ff.; AIDIN/CRERAR: 20.08.2000; SCHMUNDT: 26/2000.

⁸⁴¹ GÜNTER/HAUSMANN (2002): 120.

⁸⁴² ANGERER (2002): 241ff.; CRÜWELL: 21.06.2003; NEMECZEK: 07/2003; zur „totalen Installation“ vgl. 4.3.3 – *Installationen*.

⁸⁴³ MELIKIAN: 24./25.02.2001.

⁸⁴⁴ STRONG: 03.02.2001.

⁸⁴⁵ Vgl. 4.5 – *Fälscher der Kunst*.

unausgesprochen) darauf geeinigt haben, dass ein bestimmter Experte oder ein Komitee zur Zeit die besten Kenntnisse in der Beurteilung von Werken des Künstlers hat. Diese Einigung ist ein Prozess, und ein Experte, der sich durchgesetzt hat, kann diese Wertschätzung auch wieder verlieren.

Gibt es nun keinen Spezialisten, dann zählt im Verkaufsfall zur Festlegung der Echtheit nur das Wissen des Kunsthändlers oder der Experten der Abteilung des Auktionshauses. Gibt es aber einen (externen) Spezialisten bzw. ein Komitee, dann müssen alle Werke diesem vorgelegt werden, bevor man sie auf den Markt bringen kann. Lehnt der Experte oder das Komitee die Begutachtung oder aber die Erstellung eines Zertifikates ab, kann ein Werk unverkäuflich sein, auch wenn Eigentümer und Händler oder Auktionshaus von der Echtheit überzeugt sind – das Werk wird nicht auf den Markt gebracht, dem Kunden muss man raten, bis zur Ausbildung eines neuen Experten zu warten.

Ein besonderer Fall ist hier noch das Werk des lebenden Künstlers. Zwar gibt es hier auch zuweilen externe Spezialisten, jedoch wird die Authentizität eher durch im Werk vorhandene Elemente sowie durch die Provenienz bestimmt. Ist das Werk allerdings nicht signiert, ist in aller Regel Vorsicht geboten: Mancher Künstler signiert ein Bild erst, wenn es vollständig bezahlt worden ist. Die Vorstellung des Käufers, ein unsigniertes, günstig erworbenes Werk durch eine eigenhändige Signatur des Künstlers nach dem Kauf aufzuwerten, kann ein Trugschluss sein (und, wenn das Werk nicht bezahlt wurde, zur Einziehung des Objektes führen).⁸⁴⁶

4.1.2 Knappheit

Wichtiger Preisfaktor ist die Knappheit der Ware, denn der überall problemlos erhältliche Gegenstand entwickelt nicht denselben Reiz wie ein Einzelstück. Speziell bei Auktionen setzt ein reges Bietverhalten des Publikums die Einzigartigkeit des Stückes voraus; ansonsten kann der Interessent auf ein identisches, späteres Lot ausweichen.⁸⁴⁷

⁸⁴⁶ Vor allem Pablo Picasso war für diese Praxis berühmt (BERGGRUEN (1996): 143f.).

⁸⁴⁷ Bestes Beispiel hierfür war die Auktion der Ladung der chinesischen Frachtschiffes Tek Sing im Hause Nagel in Stuttgart (17. –25.11.2000). Zwar wurden 350.000 Objekte, gebündelt in 16.000 Lots,

Die Knappheit hat ihre Gründe nicht nur in der begrenzten Zahl von Objekten, welche geschaffen wurde, sondern auch in deren Reduzierung durch natürlichen Verfall oder Gewalteinwirkungen durch Kriege und Naturkatastrophen. Silbergegenstände wurden in Notzeiten eingeschmolzen, in Münzen gegossen und geprägt. Zudem haben Veränderungen in der Kunst immer auch auf Kosten des Bestandes stattgefunden. So zerstörte das Mittelalter die antike Kunst, der Goldschmied der Renaissance schmolz die mittelalterliche Goldmünze ein, zur Erstellung eines klassizistischen Interieurs wurde der Rokkostuck abgeschlagen. Der Kunsthistoriker Joseph Schumpeter entwickelte schon in den 1930er Jahren den Begriff des “Prozesses der schöpferischen Zerstörung”.⁸⁴⁸

4.1.3 Marktfrische

Das Zauberwort speziell der Auktionen, aber auch des Handelsangebots gerade der großen Messen lautet jedoch Marktfrische.⁸⁴⁹ Je länger ein Objekt nicht auf der Auktionsbühne oder dem Messestand war, desto größer die Begierde der Käufer. Darunter leiden allerdings auch Stücke hoher Qualität, die nach einem Durchfallen in einer Auktion häufig als Ladenhüter gelten – niemand ist bereit, sein Geld in rotierende Stücke zu investieren.⁸⁵⁰

Besonders die Einführung von Datenbanken im Internet, welche Auktionsergebnisse von Bildern auch nach Jahrzehnten noch widerspiegeln, hat die Transparenz nachhaltig erhöht. Jedes Durchfallen auf einer Auktion wird dokumentiert, jeder Eintrag eines erfolglosen Angebots bei artnet.com oder artprice.com bedeutet einen Wertverlust für das Objekt. Die Umstellung auf den Euro hat zusätzlich auch die monetäre Transparenz erhöht; bis zu 2 Jahre vor der offiziellen Einführung wiesen

angeboten. De facto handelte es sich aber nur um wenige hundert Formteile. War ein Bieter also einer großen Konkurrenz ausgesetzt, konnte er problemlos auf das nächste, übernächste etc. Lot warten, welche alle dasselbe Formteil in weiteren Ausführungen enthielten. Aus diesem Grund waren kaum Bietgefechte und somit nur geringe Preissteigerungen zu verzeichnen (GREGORY: 01.12.2000; Valentin: 01./02.12.2000-2; SCHÖLL: 26.06.2001).

⁸⁴⁸ SCHUMPETER (1997): 64 ff.; vgl. PICKSCHAUS (1988): 10ff.

⁸⁴⁹ HERCHENRÖDER: 09.03.2001.

⁸⁵⁰ HERCHENRÖDER: 14.11.2000.

zahlreiche internationale Auktionshäuser zur Stimulierung des grenzüberschreitenden Absatzes ihre Preise und Schätzwerte auch in Euro aus.⁸⁵¹

Vor allem bedeutende Objekte leiden unter ihrem hohen Wiedererkennungswert. Diese Objekte trifft die Entwicklung doppelt, denn je teurer ein Bild, desto wahrscheinlicher ist es, dass es wieder auf den Markt kommt – eine amerikanische Untersuchung hat nicht nur dies bestätigt, sondern auch den Umstand, dass durchgefallene Bilder nur noch niedrigere Preise erreichen.⁸⁵²

Aber auch im kleinen Maßstab kann sich die Frische eines Werkes verbrauchen – wenn der Sammler Photos davon weitergibt, welche dann ins Angebot von Händlern (oder vermittelnden Sammlern) aufgenommen werden. Das Herumreichen allein der Abbildungen kann den Preis eines Kunstwerkes erheblich mindern.⁸⁵³

Ausgleichen kann der Eigentümer diesen Effekt, wenn er die unverkauften Stücke auf die Reise schickt. Das Zielpublikum mag vielleicht von der jüngsten Peinlichkeit in der Biographie des Stücks nichts wissen oder aber einen anderen Geschmack oder mehr Geld als das Erstpublikum haben. So wandern in London erfolglose Stücke gern ins Rheinland, von dort aus nach Süddeutschland und im Anschluss nach Österreich und in die Schweiz - den steten Misserfolg vorausgesetzt. Diese Praxis funktioniert immer schlechter, je transparenter der Markt wird. Dies bringt eine Vergrößerung des Radius mit sich. Möglicherweise sind die Käufer des mittleren Marktsegments in Europa nicht allzu gut über New Yorker Zuschläge und Rückgänge informiert und umgekehrt; eine Verschiebung der Ware auf einen anderen Kontinent kann immer noch den Effekt haben, dass man dem regionalen Publikum Marktfrische erfolgreich simulieren kann – zumindest dem privaten Sammler.⁸⁵⁴ Für die diese Strategie durchschauenden Händler gilt bei ausreichender Teilnahme von Privatkäufern dann das Wort des Sammlers Paul Lichtenberg: „Aber, wie so oft bei international ausgerichteten Auktionen, ist Wissen nicht Macht, sondern eben nur Wissen.“⁸⁵⁵ Eine Lösung ist dann eine mehrjährige Lagerung unter Ausschluss der Öffentlichkeit: Man

⁸⁵¹ KRUMPL: 26.02.1999; EHRET: 1/1999.

⁸⁵² ASHENFELTER/GRADDY (2002): 4ff.

⁸⁵³ RUMP: 03/2002.

⁸⁵⁴ HERCHENRÖDER: 26./27.05.2000; STEPHAN: 27.05.2000.

⁸⁵⁵ LICHTENBERG: 04/2000.

geht davon aus, dass nach sieben bis zehn Jahren die Marktfrische wiederhergestellt ist.⁸⁵⁶

Die zunehmende Transparenz einerseits und das Absacken von „verbrannten“ Werken auf regionale Auktionserfolge andererseits deuten einen bedrohlichen Trend an: Gerade Werke der zeitgenössischen Kunst, die eigentlich „internationales Niveau“ haben, sinken auf das Niveau regionaler Vermarktung ab, sobald sie international „verbrannt“ sind – mit allen denkbaren Nachteilen bezüglich der Preisgestaltung. Dies ist umso ungünstiger, als es für das Durchfallen auf einer Auktion zahlreiche Gründe gibt, welche nicht im Kunstwerk selbst, sondern außerhalb begründet liegen: Die Witterung und ihr Einfluss auf Reisepläne, ebenso Terrorakte sowie Turbulenzen der Finanzmärkte.

Letztlich bleibt festzuhalten, dass das reine Verschieben von Werken auf unterschiedliche Märkte nicht nur auf dem Sekundärmarkt stattfindet. Viele Galeristen flankieren traditionell ihre Galerieverkäufe durch An- und Verkäufe auf Auktionen. Wird diese Tätigkeit durch zunehmende Transparenz erschwert, sinkt oder entfällt eine Nebeneinnahmequelle, deren Einnahmen auch die Kosten des Galeriebetriebs mitgetragen haben.

4.1.4 Provenienz

Schon immer waren Kunstwerke besonders interessant, die aus einer berühmten Sammlung heraus verkauft wurden.⁸⁵⁷ Diese Provenienz addierte zu den vom Werk selbst verkörperten Eigenschaften eine weitere hinzu. Seit den 1970er Jahren ist zu beobachten, dass auch der Kult um Popstars, Mode, Sport oder sonstige Prominenz massiv vor allem den Auktionsmarkt beeinflusst – der Wert der Provenienz lässt sich auch ohne Kunstwerk realisieren.⁸⁵⁸

Nachdem die Krise Anfang der 1990er Jahre gezeigt hatte, dass auch herausragende Einzelstücke einen Markttrend nicht beeinflussen können, waren es plötzlich die

⁸⁵⁶ GONZALEZ (2002-2): 91.

⁸⁵⁷ GURATZSCH (1998): 23.

⁸⁵⁸ HERCHENRÖDER: 17./18.12.1999.

Sammlungen mit historischem, marktgeschichtlichen oder prominentem Charakter, welche für internationale Aufmerksamkeit sorgten.⁸⁵⁹ Christian Herchenröder nennt dies „ein grandioses Ablenkungsmanöver“, um darüber hinwegzutäuschen, dass in den Jahren nach dem Markteinbruch kaum bedeutende Einzelstücke angeboten wurden.⁸⁶⁰

So ist die Bedeutung der Wertsteigerung durch eine interessante Provenienz stark gewachsen. Hat eine berühmte Persönlichkeit das Stück besessen, vielleicht vom Künstler selbst erhalten? Hinzu kommt, dass bei einer Freundschaft zwischen Künstler und Sammler häufig auch eine Beratung und Schulung des Sammlers stattgefunden hat, was sich auf die Qualität der gesamten Sammlung auswirken kann – nicht umsonst spricht man von dem „eye of the collector“.⁸⁶¹ Zudem ist diese Art der Provenienz der beste Beweis für die Authentizität des Stückes.⁸⁶²

Wichtig bei berühmten Vorbesitzern sind ganz generell vertrauenswürdige Belege für diese Berührung mit der berühmten Biographie. Im Kunstwerk manifestiert sich nicht nur die „Idee“ des Künstlers, sondern auch die „Idee berühmter Vorbesitzer“⁸⁶³ – man denkt unwillkürlich an Panowskys „Idea“, aber auch an Adornos Vorstellung vom Ritual. Je berühmter die Biographie, desto höher der Preis. Ideal ist eine nahtlose Kette vom Entwurf über das Ausführungsatelier über verschiedene Hände in das aktuelle Eigentum.

⁸⁵⁹ HERCHENRÖDER (2000): 8, 42.

⁸⁶⁰ HERCHENRÖDER (2000): 9.

⁸⁶¹ RUMBLER: 09.12.2002.

⁸⁶² DRINKUTH (2003): 96.

⁸⁶³ BONUS/RONTE (1997): 204.

Hierin liegt der Grund für die enormen Preise, die beim Verkauf von Habseligkeiten aus adligem Besitz erzielt werden.⁸⁶⁴ Die Geschichte dieser Geschlechter ist öffentlich manifest und wird vom Publikum - durch Vermittlung einer darauf spezialisierten Art von Berichterstattung - mitgetragen.⁸⁶⁵ Herausragendes Beispiel hierfür ist die Auktion des Inventars des Neuen Schlosses in Baden-Baden durch Sotheby's.⁸⁶⁶ Die Stücke stammten nicht nur aus dem Eigentum der großherzoglichen Familie, sondern waren teilweise einzelnen Familienmitgliedern wie Schlössern und Räumen zuzuschreiben. Mit einem Erlös von DM 77,58 Millionen wurde es die bis dato erfolgreichste Auktion aller Zeiten in Deutschland.⁸⁶⁷

Die Erhöhung von bürgerlichen Familien in einen adelsähnlichen Stand durch das Publikum hat natürlich eine entsprechende Wirkung.⁸⁶⁸ Abzulesen an dem Ergebnis der Versteigerung des Nachlasses von Jacqueline Kennedy-Onassis durch Sotheby's in New York.⁸⁶⁹ Die höchste Steigerung erfolgte bei einer Kette aus imitierten Perlen, die Jackie Kennedy-Onassis nahezu ständig trug und die daher durch zahllose Photos dokumentiert war.⁸⁷⁰ Das Stück mit einem Materialwert von ca. US\$ 2,-- wurde in Anbetracht der Provenienz von den Experten des Hauses auf US\$ 100,-- geschätzt und für US\$ 211.500,-- verkauft.⁸⁷¹

Viele Beispiele zeigen, dass hierbei weder die Versteigerung des Besitzes nur *einer* Familie noch die sichtbare Verbindung an ein Haus nötig ist: Ebenfalls großen Erfolg haben Auktionen, in denen „zusammengesammeltes“ Gut adliger Provenienz versteigert wird.⁸⁷² Zuweilen wird für die Objekte selbst ein eigener Aufkleber

⁸⁶⁴ Der Verkauf von Schlossinventaren im Wege der Versteigerung hat durchaus seine historischen Vorbilder. Überflüssige Einrichtungsgegenstände und sonstige Gerätschaften wurden nach dem Wechsel von (Grundherrschaft und) Gebäudeeigentum seit dem 18. Jahrhundert in Auktionen veräußert (MATHIEU (1998): 120).

⁸⁶⁵ DITTMAR: 27.02.2002; BLECHEN: 07.09.2002.

⁸⁶⁶ 05. bis 21.10.1995 (VALENTIN: 13./14.10.2000).

⁸⁶⁷ HERCHENRÖDER (2000): 10. Hinzu kamen DM 45,5 Millionen, für die die Baden-Württembergische Landesregierung Stücke vorab kaufte, welche dem kulturellen Erbe Badens zugerechnet wurden (SIEBENMORGEN (1996): 13f.). Die Mechanismen, welche beim Verkauf von Schlossinventar wirksam werden, schildert Vita Sackville-West treffend in ihrer Erzählung "The Heir" (SACKVILLE-WEST (1990)).

⁸⁶⁸ LACEY (1998): 18.

⁸⁶⁹ 23.4. bis 26.4.1996.

⁸⁷⁰ CULME (1996): 24; CLARK: 15.10.2000.

⁸⁷¹ SCHWARZL (2002): 242.

⁸⁷² Sofern die Provenienz für den Käufer nachvollziehbar ist; z. B. "Aus deutschen Schlössern – Ancestral Attics" auf Schloss Monrepos durch Sotheby's 2000 oder "Besitz aus Burgen und

produziert, welcher auch nach der Auktion und vor allem bei nicht im Katalog abgebildeten Stücken den Beweis des berühmten Vorbesitzes erbringen soll.⁸⁷³

Neben dem geschäftlichen Erfolg bewirken diese Auktionen eine Erweiterung des Kundenkreises und, aufgrund des erhöhten Medieninteresses, eine massive Steigerung der Unternehmensbekanntheit. In aller Regel spricht eine Adels- oder sonstige Provenienzauktion über den klassischen Auktionskäufer auch denjenigen an, der an Einzelaspekten der Provenienz interessiert ist. Dies sind Marktnovizen, die in erster Linie nicht an den ästhetischen oder kunsthistorischen Eigenschaften der Objekte interessiert sind, sondern Devotionalien suchen, um ihre eigene Vorstellung von Lebensqualität zu verwirklichen.⁸⁷⁴ Denn das allgemeine Interesse an Prominenz und deren Lebensstil ist in den letzten Jahren immens gewachsen und wird von den Medien in beispielloser Weise befriedigt;⁸⁷⁵ prominent wird heute automatisch mit luxuriösem Lebensstil gleichgesetzt, an dem man nur zu gern teilhaben würde.⁸⁷⁶

Bei Auktionen dieser Art sind daher auch mehr als die Hälfte der Käufer Neukunden!⁸⁷⁷ Wobei es in der Regel nicht gelingt, aus diesen einmaligen Devotionalienkäufern dauerhafte Kunden zu machen - Christian Herchenröder hält die Sucht nach der Provenienz daher auch für eine Sackgasse.⁸⁷⁸ Generell neigt die Berichterstattung dazu, den vom Käufer bewilligten Provenienzbonus als emotionale Komponente des Laienpublikums darzustellen.⁸⁷⁹

Schlössern“ auf Schloss Anholt durch Christie’s 2001 (MÜLLER-MEHLIS: 14./15.12.1999; LOVENBERG: 10.11.2001; HERCHENRÖDER: 23./24.11.2001). Sogar im regulären Auktionssaal funktionieren diese zusammengestellten Auktionen, wie die Beispiele von Adelsauktionen bei Sotheby’s in München und Amsterdam sowie bei Christie’s in Amsterdam zeigten (SACHS: 04.12.1999; MÜLLER-MEHLIS: 14./15.12.1999; SACHS: 18.12.1999).

⁸⁷³ Zuweilen wird dieser Beweis einer Provenienz auch regulär versteigerten, eigentlich provenienzlosen Objekten zuteil: Mancher südamerikanische Käufer oder süditalienische Händler belässt gern das normale Auktionsetikett sichtbar am Objekt, um dem Gast oder Interessenten zu zeigen, dass er das Objekt in einer Auktion des berühmten Auktionshauses X erworben hat. (FRANKS: 23.02.2001).

⁸⁷⁴ HERCHENRÖDER (2000): 11, 14; CRÜWELL: 23.09.2000.

⁸⁷⁵ CRÜWELL: 23.09.2000.

⁸⁷⁶ REITZLE (2001): 126.

⁸⁷⁷ LACEY (1998): 360; VALENTIN: 01./02.12.2000-2; BENNETT: 16.04.2001.

⁸⁷⁸ HERSTATT: 01.01.2001.

⁸⁷⁹ So der Nachbericht der Frankfurter Allgemeinen Zeitung über die Versteigerung des Inventars von Schloss Langenzell bei Neumeister (SACHS: 06.10.2001).

Bleibt die breite Berichterstattung, welche kostenlose Werbung vor wie nach der Auktion sicherstellt.⁸⁸⁰ Auch wenn Grenzen des guten Geschmacks dabei zuweilen überschritten werden: „Zirkusartige“⁸⁸¹ Auktionen wie die Versteigerung des Kennedy- oder des Monroe-Nachlasses sind speziell in den USA „Blockbuster“, deren Wahrnehmung beinahe nicht zu vermeiden ist.⁸⁸² Eine Mitarbeiterin von Sotheby's in New York berichtet, dass man spätestens nach der Kennedy-Versteigerung den Namen des Unternehmens nicht mehr buchstabieren müsse.⁸⁸³

4.1.5 Museale Dokumentation

Eine sichere Wertsteigerung bedeutet eine dokumentierte Ausstellung der Stücke, möglichst in einem staatlichen Museum.⁸⁸⁴ Durch eine kuratierte Ausstellung in einem Museum wird die Signatur des Künstlers gewissermaßen „beglaubigt“ und das physische Objekt zum einen in den Werkzusammenhang - das Oeuvre – gestellt, zum anderen als nationales Kulturerbe kanonisiert.⁸⁸⁵ Handelt es sich um einen zeitgenössischen Künstler, kommt ein weiterer Aspekt hinzu: Bricht die Arbeit des Künstlers mit Traditionen, so steigt mit zunehmender Präsentation die Wahrscheinlichkeit, dass die Öffentlichkeit diesen Bruch als Teil einer öffentlichen Sehkonvention akzeptiert und die Verständnisbarriere sich auflöst.⁸⁸⁶

Als Folge wächst das Renommee des Stücks unter dem Einfluss der als neutral einzustufenden öffentlichen Hand; das Ideal liegt sicherlich in einer Ausstellung unter

⁸⁸⁰ MELIKIAN: 23./24.10.1999.

⁸⁸¹ FABER-CASTELL: 23.04.1997.

⁸⁸² BENNETT: 25.10.1999; GRAAF: 29.10.1999; ZEITZ: 30.10.1999; HERSTATT: 25.01.2001.

⁸⁸³ LACEY (1998): 350. Dass dies auch ein Nachteil sein kann, zeigt das Beispiel einer Versteigerung beim Münchner Auktionshaus Rueff: Dort hatte man Stücke akquiriert, welche als Provenienz das fürstliche Haus Hessen-Darmstadt aufweisen konnten, aber offensichtlich nicht von besagter Familie eingeliefert worden waren. Trotzdem war das Medienecho groß; Nachforschungen führten dazu, dass man Teile der Einlieferung zurückziehen musste, da die Stücke zwar aus dem Nachlass einer Darmstädter Museumsdirektorin stammten, dieser aber nicht gehörten, sondern Teil des Bestandes des von ihr betreuten Museums waren. Obgleich sich das Auktionshaus formaljuristisch korrekt verhalten hatte, wurde die Art der Vermarktung, d.h. die Herausstellung des Provenienz zur Verkaufsförderung, als Beweis für mangelnde Recherche des Versteigerers angesehen und in der Berichterstattung scharf kritisiert (SACHS: 11.11.2000; SACHS: 18.11.2000; MÜLLER-MEHLIS: 15./16.12.2000; SACHS: 13.01.2001).

⁸⁸⁴ GONZALEZ (2002-2): 99.

⁸⁸⁵ BONUS/ RONTÉ (1997): 61; AULINGER (1992): 49; HEIN (2003): 43.

⁸⁸⁶ BONUS (2000): 8f.

Museumsbestand und mit vom Kurator erstellter Dokumentation.⁸⁸⁷ Da die Werke, welche sich in einer Privatsammlung befinden, den Primärmarkt bereits passiert haben, kann man abschließend feststellen, dass diese Form der Werterhöhung nur Werken von Künstlern zugute kommen kann, die bereits einen gewissen Zutritt zum Markt besitzen.⁸⁸⁸

Die zunehmende Wertschätzung von musealer Dokumentation zeigt zudem, dass immer mehr Sammler von Museen Kriterien zur Beurteilung von Kunstwerken übernehmen und ausschließlich subjektive Vorlieben zurückstellen – auch eine Folge der zunehmenden Beratungstätigkeit von Museumskuratoren, besonders bei amerikanischen Sammlern.⁸⁸⁹

Eine museale Provenienz eines Werks kann mehrere Ursachen haben. Entweder ist das Museum Eigentümer des Werkes und darf dieses verkaufen – in den USA eine häufige Situation.⁸⁹⁰ Oder das Werk wurde einem Alteigentümer widerrechtlich entzogen, im Museum aufbewahrt (und bestenfalls in die Ausstellung integriert) und wird vom Alteigentümer auf den Markt gebracht, sobald dieser den Besitz zurückerlangt hat – der typische Fall einer Restitution.⁸⁹¹ Der häufigste Fall aber ist die Leihgabe eines Werkes aus einer Privatsammlung an ein staatliches Museum. Neben den genannten Faktoren kommt dem entliehenen Werk auch zugute, dass es für eine (dem Außenstehenden nicht überschaubaren) Frist dem Kunstmarkt entzogen und daher bei seiner Rückkehr in erhöhtem Maße marktfresh ist.⁸⁹² Zudem hat der Sammler den Nebeneffekt, dass sein Werk sicher und versichert gelagert ist.⁸⁹³

Die Ausstellung von Kunstwerken aus privatem Besitz in staatlichen Museen hat eine lange Tradition; und letztlich sind alle öffentlichen Sammlungen ehemalige Privatsammlungen, für welche im Laufe der Entwicklung die öffentliche Hand die

⁸⁸⁷ Vorreiter dieser Entwicklung war die Kunstinvestmentgesellschaft "Artemis". Sie wurden von zwei Bankiers gegründet, um Kunst von höchster Qualität zu kaufen, sie für einige Zeit an Museen zu verleihen und dann wieder abzustoßen (WATSON (1992): 337).

⁸⁸⁸ ZIMMERMANN (1993): 54.

⁸⁸⁹ MELIKIAN: Summer 2000.

⁸⁹⁰ Vgl. 5.1 – *Der Kunstmarkt als Mangelverwaltung*.

⁸⁹¹ Vgl. 4.4 – *Raubkunst als Ware*.

⁸⁹² SCHWÄRLER (1997): 43.

⁸⁹³ PICKER (2000): 349.

Verantwortung übernommen hat.⁸⁹⁴ Bei der Kombination aus musealem Umfeld (Gebäude, Qualität und Art der Bearbeitung, Klientel sowie ggf. museumseigenem Bestand) und Kunstwerken aus privater Hand entsteht oft ein Spannungsfeld zwischen Bekanntem und Unentdecktem, in welchem die Bearbeitung durch den Kurator des Museums den Qualitätsmaßstab setzt – und was die Uniformität von Museumssammlungen zu vermeiden hilft.⁸⁹⁵ In Zeiten knapper Mittel stellt die Leihgabe für den Museumskurator eine kostengünstige Möglichkeit dar, von der hauseigenen Sammlung nicht abgedeckte Lücken schließen zu können. Hinzu kommt, dass die Entwicklung zu immer größeren Formaten, zu immer umfangreicheren Skulpturen auch Sammler zwingt, Stücke in Museen zu geben, da sie die Dimensionen zu Hause nicht mehr bewältigen können.⁸⁹⁶

Diese Möglichkeit, aus einer Not eine Tugend zu machen und dabei noch eine Nachfrage seitens des Museums zu befriedigen, haben auch findige Sammler erkannt und versuchen häufig, Bilder an Museen zu verleihen oder gar Kuratoren und Management dieser Institutionen “fertige” Ausstellungen anzubieten – das öffentliche Museum als Schaufenster und Werbefläche.⁸⁹⁷ Auf diesem Wege drängen der Kunstmarkt und dessen Vorlieben nahezu ungefiltert in die Museen.⁸⁹⁸ Als herausragendes Beispiel nennt der Wiener Kunsthändler Ulrich Hofstätter Charles Saatchi, den Eigentümer einer Londoner Werbeagentur.⁸⁹⁹ Als Sammler zeitgenössischer Kunst kauft Saatchi direkt an den Kunsthochschulen Werke, die nie Berührung mit einem Galeristen hatten.⁹⁰⁰ Diesen Werken wird über aufwendige Ausstellungen der “Museums-Bonus” verliehen, bevor sie dann wieder verkauft werden.⁹⁰¹ Es ist bezeichnend für die enge Verbindung zwischen Ankauf, Ausstellung

⁸⁹⁴ ADRIANI (1999): 10.

⁸⁹⁵ PREIB/STAMM/ZEHNER (1990): 125; BEIER-DE HAAN (2001): 57; SCHÜRMANN: 158/2002.

⁸⁹⁶ GAEHTGENS (2001): 1, 3; BEAUCAMP: 07.11.2001.

⁸⁹⁷ FALCKENBERG (2003): 13; JUDD: 06/1990; Beaucamp: 07.11.2001. Die Gelegenheit zur musealen Ausstellung wird von einigen Galeristen professionalisiert, indem sie eigene Museen gründen. So eröffnete z. B. die Züricher Galerie Hauser & Wirth im Frühjahr 1999 ein eigenes Museum in einem sanierten Industriebau des 19. Jahrhunderts in St. Gallen.

⁸⁹⁸ GOHR (1990): 231; BEAUCAMP: 07.11.2001.

⁸⁹⁹ HOFSTETTER: 02.06.1999.

⁹⁰⁰ Vgl. 2.2.3.2 – *Der Händler–Sammler*. Zum Mechanismus der Sammeltätigkeit des Charles Saatchi siehe COLLINGS (2001). Zumindest eine Auktion von der Staffelei weg ist keine Erfindung des modernen Marketings. Besonders Werke junger, unbekannter Künstler wurden immer wieder auch auf diesem Weg abgesetzt. So z. B. nach dem ersten Weltkrieg in Paris, wo sich Alphonse Bellier, ein junger Commissaire-Priseur, auf zeitgenössische Kunst spezialisiert hatte und zahlreiche “Direktauktionen” mit Werken von Dufy oder Derain durchführte (WATSON (1992): 209).

⁹⁰¹ GONZALEZ (2002): 141; GÖRNER (2002): 140ff.

und Verkauf, dass die Ausstellung “Sensations”, die 1998 u. a. in der Londoner Tate Gallery Teile der Sammlung Saatchi zeigte, von Christie’s gesponsert wurde.⁹⁰²

Da der Museumskurator in aller Regel die Provenienz der Stücke nicht gänzlich erforschen kann, sind die Museen bei Ausstellungsangeboten, bei denen der Großteil der Gegenstände aus Privatbesitz stammt, zunehmend vorsichtig.⁹⁰³ Großsammler, welche ihre Sammlungen an ein Museum entleihen wollen, haben vor allem dann immer seltener Erfolg, wenn sie die Abnahme der Gesamtmenge von Kunstwerken zur Bedingung machen oder die Leihe kurzfristig kündbar gestaltet werden soll.⁹⁰⁴ In dem Maße, in dem Museen zurückhaltender werden gegenüber Leihgaben aus Privatbesitz, emanzipieren sich die Sammler vom Vorbild des staatlichen Museums und schließen sich zu Sammlermuseen zusammen oder gründen gar eigene Privatismuseen.⁹⁰⁵

Als Gegenargument zur Leihgabe an Museen wird allerdings immer wieder die Gefahr einer Beschädigung während der Leihe genannt, die nicht nur den erhofften Wertzuwachs vereitelt, sondern darüber hinaus die Substanz des Stückes so stark beeinträchtigen kann, dass im Gegenteil ein Wertverlust verbucht werden muss. Speziell die Terrorangriffe auf das World Trade Center in New York am 11.09.2001 haben die Leihgaben-Akquise der Museen deutlich erschwert – zu der Beschädigungsangst auf einem “normalen” Transport kam seither die Angst vor

⁹⁰² COLLINGS (2001): 84ff.; HOLLEIN (2002): 133.

⁹⁰³ GUSKI: 13.02.1999. Ein britischer Journalist, welcher sich als amerikanischer Milliardär ausgab, machte allerdings auch andere Erfahrungen: Das Angebot, der Institution eine Million Pfund zu schenken, wenn sie im Gegenzug vom Stifter selbst gefertigte Bilder ausstellen würde, wurde von den Londoner Museen Royal Akademie of Arts, Victoria and Albert Museum und dem British Museum ohne Ansehung oder gar Prüfung des offerierten Kunstwerks akzeptiert. Lediglich die Tate Gallery bestand darauf, dass die Eigenproduktionen des Stifters ebenfalls den üblichen Prozess der Beurteilung ihrer künstlerischen Qualität durchlaufen müsse (Pietsch: 01/2003).

⁹⁰⁴ WYRWOLL: 01/1989. In der öffentlichen Wahrnehmung einschneidend war das Vorgehen des Sammlers Hans Grothe, welcher wichtige Werke seiner Sammlung aus dem Kunstmuseum Bonn, dem Museum Weserburg in Bremen und dem Duisburger Museum Küppersmühle abzog, um sie bei Christie’s im Herbst 2001 zu verkaufen: Ein Sammlungsunternehmer, wie die deutsche Presse feststellte. Den betroffenen und anderen Museumsdirektoren wurde plastisch vor Augen geführt, was eine vertragsgemäß “jederzeit” zu beendende Leihe für Folgen haben kann (GROPP: 03.11.2001; Beaucamp: 07.11.2001; STADEL: 10.11.2002). Allerdings kann der Wunsch nach begrenzten Leihfristen auch inhaltliche Gründe haben: Über zeitgenössische Kunst seien nur vorläufige Urteile möglich, deswegen “übersteigen die Verträge nicht 10 Jahre”, so Uwe M. Schneede, Leiter der Hamburger Kunsthalle (DÜRKOOP: 02.03.2002). Nach wie vor entstehen allerdings Museumsneubauten, für welche die Zusammenarbeit mit Privatsammlern zur Ausstattung der Räume unabdingbar ist (FRICKE: 02./03./04.04.2004).

⁹⁰⁵ GRASSKAMP (2002): 66f.

Terroranschlägen hinzu.⁹⁰⁶ Laut Götz Adriani, Direktor der Kunsthalle Tübingen, werden jedoch wirklich bedeutende Schäden eher nicht an Leihgaben verursacht, sondern vor allem dann, wenn eigener Museumsbestand innerhalb des Hauses bewegt wird; oder aber bei Restaurierungen.⁹⁰⁷

Eine Ausnahme zum bisher Vorgetragenen stellt die Galerieausstellung im Museum dar. In diesem Falle öffnet sich die Institution, um Szenekunst zu zeigen, welche auch käuflich zu erwerben ist. Kuratoren sind hierbei die Galeristen; so beispielsweise in „The Galleries Show“ in der Londoner Royal Academy.⁹⁰⁸ Da hierbei das Museum nur als Hülle fingiert und nicht als Auswahlmechanismus, findet die wertsteigernde Wirkung nicht statt.

Fazit zu 4.1 Produkteigenschaften: *Wertbildungsmaßstäbe auf dem Kunstmarkt sind vor allem im Objekt selbst oder seiner künstlerischen und kunsthistorischen Wertung begründet. Künstlerische Qualität, die der Ausführung, die Erhaltung und die Wechselwirkung mit dem Gesamtwerk wie mit dem Renommee des Künstlers sind die bestimmenden Faktoren.*

Ganz generell muss aber festgehalten werden, dass zunehmend Eigenschaften, welche nicht im Objekt selbst vorhanden oder Aspekt der künstlerischen und kunsthistorischen Wertung sind, ganz erheblich an Bedeutung gewonnen haben. Selbstredend ist dies vor allem die Rarität, zunehmend aber auch die Provenienz und die öffentliche Dokumentation. Ist ein Werk dem Markt bekannt und nicht mehr frisch, verliert sich die Vorstellung der Rarität umgehend – warum bleibt es unverkauft? Die zunehmende Transparenz durch Internet-Datenbanken verstärkt dieses Problem, welches aber auch schon durch das Herumzeigen von Abbildungen entstehen kann.

Die Erhöhung der Attraktivität eines Objektes durch die Publikation eines berühmten Vorbesitzers war zunächst eine Erscheinung der 1990er Jahre. Hierbei wurde Stücken, welchen schon vorher Handelswert zugesprochen wurde, ein weiterer

⁹⁰⁶ ZEITZ: 22.09.2001; HERSTATT: 04.10.2001.

⁹⁰⁷ FECHTER: 12/1998.

⁹⁰⁸ PIETSCH: 10/2002.

Wertzuwachs zuteil. Andere Objekte werden nur durch diese Provenienzangabe überhaupt handelbar. Dies sind aber in aller Regel keine Werke der Bildenden Kunst, sondern industrielle Produkte, bestenfalls solche der Angewandten Kunst. Für ein Kunstwerk, welches zu allen Zeiten auf dem Markt Nachfrage ausgelöst hat oder hätte, ist die Provenienz keinesfalls die Grundlage für den Wert geworden, sie kann ihn nur erhöhen und die Authentizität des Werkes bezeugen. Dies gilt auch für die museale Dokumentation, welche dem Stück den Nachweis der Wertschätzung einer neutralen und meinungsbildenden Instanz gibt.

4.2 Klassische Sammelgebiete

Für den Erfolg des Handels wie der Auktionshäuser am Kunstmarkt ist eine sensible Marktbeobachtung Voraussetzung, die klassischen Sammelgebiete ebenso verfolgt wie sich darum bemüht, Trends und Moden vorauszuahnen. Generell kann festgestellt werden, dass einerseits eine Vorliebe der Sammlerschaft sich schnell in (Auktions-) Ergebnissen niederschlägt und ihre Auswirkungen auf künftige Angebotsgestaltungen hat, andererseits aber auch ein Angebot Auswirkungen auf ein Kaufverhalten haben kann.⁹⁰⁹ Allerdings wird sich der Versuch, mittels eines ungewöhnlichen Angebotes ein weitergehendes Käuferinteresse zu stimulieren, in guten Zeiten eher durchführen lassen als in schlechten, wo sich das Angebot eher auf der Seite einer hohen Absatzwahrscheinlichkeit bewegt. Im Folgenden werden exemplarisch einige Entwicklungen beschrieben, die deren Vielfalt und Bestimmungsfaktoren illustrieren. Als genereller Trend der letzten Dekade ist festzuhalten, dass Sammler in verstärktem Maße eher spartenübergreifend sammeln, als sich nach dem Vorbild früherer Generationen auf eine Epoche, einen Künstler oder eine Sparte zu beschränken.⁹¹⁰

4.2.1 Gemälde

Seit Anfang der 1980er Jahre “wird wieder gemalt”⁹¹¹: Im Bereich der klassischen Sammelgebiete geht der Trend wieder zurück zur Malerei - auf dem Markt wie auch im Schaffen, und dort wieder stärker zur Figuration. Ein Grund hierfür ist, dass die

⁹⁰⁹ MELIKIAN: 12.02.2001.

⁹¹⁰ EHRET: 13/2003.

Photographie – lange Zeit preisgünstige Alternative - inzwischen zum hochdotierten Establishment zählt; die Preise für zeitgenössische Photographie liegen nahezu auf dem Niveau wie die für Malerei.⁹¹² Aber auch die Vorliebe der privaten Kunden für Werke, „die sie sich an die Wand hängen können“,⁹¹³ spielt hierbei eine Rolle. Unter amerikanischen Sammlern spricht man, will man die Wirkung eines Kunstwerks beschreiben, nicht zuletzt von „Wall Power“.⁹¹⁴

Mit dem Auftreten des neuen Sammlers, der investieren oder zumindest renommieren möchte, haben sich in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts Sammelmoden herausgebildet. Der Sammler begeistert sich für Kunst ohne großen intellektuellen Einsatz; seine Kunst ist der Impressionismus und die klassische Moderne. Erstere Richtung entspringt einer gesamtgesellschaftlichen Haltung - so wie man im 19. Jahrhundert begeistert Renaissance-Kunst sammelte, waren es am Ende des 20. Jahrhunderts die fröhlichen, sonnenerfüllten und paradiesähnlichen Bilder der Impressionisten. Die klassische Moderne wie die Kunst der Nachkriegszeit hingegen sind noch jung genug, um intellektuellen Glanz auszustrahlen und nicht mit den Problemen der Erhaltung belastet, aber auch alt genug, um markterprobt zu sein.⁹¹⁵ „Wer ein reicher Mann ist, sammelt gesicherte Werte,“ so der Sammler Heinrich Hunstein.⁹¹⁶ Der Münchner Altmeisterhändler Konrad Bernheimer nennt diese Kunden gar „Label-Käufer“.⁹¹⁷

Die ersten Käufer, welche diese Hinwendung zur Kunst des ausgehenden 19. und vor allem des 20. Jahrhunderts vollzogen, waren die amerikanischen Sammler, die häufig von der Vorstellung des gegen die Gesellschaft rebellierenden Künstlers besonders fasziniert sind. In ihren Augen ist höfische Kunst gegenüber dem Mythos der Boheme langweilig; sie bevorzugen die Werke des „Salon des Refusés“ vor denen eines snobistischen Akademismus. Die Entscheidung privater amerikanischer Käufer für

⁹¹¹ FAUST (1993): 28; GROPP: 25.03.2000; NEBELUNG: 04./05.10.2002; CLAUSEN: 06./07.10.2000; HERCHENRÖDER: 07./08.11.2000.

⁹¹² NEBELUNG: 01.12.2000; HERCHENRÖDER: 01./02.11.2002; IMDAHL: 02.11.2002. Weitere Folge dieser Entwicklung ist, dass der Markt die „Photographer Unknown“-Photos entdeckt hat, anonyme Schnappschüsse. Sie werden auf Floh- und Trödelmärkten, aber auch in Galerien gehandelt und Erlösen bis zu US\$ 5.000,-- (SCHAERNACK: 04./05.05.2001).

⁹¹³ KNÖPFEL: 25/1999; VIELHABER: 22./23.09.2000.

⁹¹⁴ GROPP: 11.05.2002.

⁹¹⁵ HÖFER: 4/1990; VOGEL: 14./15.04.2001.

⁹¹⁶ HUNSTEIN: 27.04.2001.

impressionistische und moderne Kunst war nicht nur eine Rebellion gegen fünf Jahrhunderte elitärer europäischer Kunst. Vor allem jüdische Amerikaner stellten das Sammeln der Werke der (zumeist christlichen) Künstler ein, welche im Dritten Reich bevorzugt erforscht und gekauft wurden, und mit politischen Hintergedanken in staatlichen deutschen Museen ausgestellt wurden.⁹¹⁸

Innerhalb des Bereichs impressionistischer und moderner Kunst kann man insgesamt deutlich erkennen, dass die amerikanische Sammlungstätigkeit in immer höherem Maße von großer Kenntnis bei den Sammlern selbst gestützt wird.⁹¹⁹ Der Umstand, dass die Käufer impressionistischer Kunst in aller Regel älter, erfahrener und „more sophisticated“⁹²⁰ sind, ist ein Hauptgrund für die Zunahme der Qualitätsselektion in diesem Bereich, welche in Anspielung auf „ältere Jahrgänge“ in der Branche auch gern als „Beerenlese“ bezeichnet wird.⁹²¹ In Verbindung mit einer Hinwendung zu nationaler Kunst führt dies (vor allem im Bereich der Modernen Kunst) zu großen Wertzuwächsen bei typisch amerikanischen Sujets, Kunstrichtungen oder Künstlern.⁹²²

Gleichwohl erweist sich das Preisniveau für Werke des Impressionismus als sehr stabil. Allerdings zeichnet sich ab, dass die Trennung von Spitzenwerken und Mittelmaß in dieser Gattung den Markt besonders unbarmherzig teilt.⁹²³ Speziell amerikanische Sammler haben nicht nur in den 1990er Jahren gelernt, mit den ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln „sparsam“ umzugehen und sich auf gute Qualität zu beschränken, welche geringeren Preisschwankungen ausgesetzt ist.⁹²⁴ Ermüdungserscheinungen im mittleren Preissegment Impressionistischer Kunst waren die Folge.⁹²⁵

⁹¹⁷ BAUMER: 27.10.2001.

⁹¹⁸ The Economist vom 29.07.2000.

⁹¹⁹ HERCHENRÖDER: 14.11.2000.

⁹²⁰ HERCHENRÖDER: 14.11.2000.

⁹²¹ THIBAUT: 12./13.07.2002.

⁹²² SCHAERNACK: 05.12.2000; SCHAERNACK: 02./03.08.2002; BERTZ: 28.04.2003. Eine Entwicklung, die sich auch im Bereich der Angewandten Kunst zeigt (HERSTATT: 25.01.2001).

⁹²³ GROPP: 17.11.2001; BENNETT: 30.06.2003; VOGES: 04.01.2003.

⁹²⁴ STEPHAN: 11.11.2000; HERCHENRÖDER: 20./21.07.2001.

⁹²⁵ GROPP: 28.12.2002.

Für neue Rekorde werden daher in Zukunft weniger die Impressionisten, sondern vor allem die Epochen und Richtungen des 20. Jahrhunderts sorgen: Kubisten, Fauvisten, Dadaisten, Surrealisten, Expressionisten und ihre nach dem Zweiten Weltkrieg abstrakt arbeitenden Nachfolger, Futuristen und die Symbolisten.⁹²⁶ Denn der Markt der Kunst des 20. Jahrhunderts wird seit der Jahrtausendwende neu entdeckt - aufgrund der Themenwahl in einer Phase, in der der Zeitgeist sich vom schönen Schein ab- und einer neuen Ernsthaftigkeit zuwendet.⁹²⁷ Die Sammler dieser Werke sind zur großen Freude von Auktionshäusern und Handel besonders jüngere Sammler.⁹²⁸ Man geht davon aus, dass allein die Werke, welche in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts entstanden sind, in absehbarer Zeit höhere Preise realisieren werden als die der Impressionisten; die hohen Preise für Nachkriegskunst wird vor allem gestützt durch die amerikanischen Sammler, welche besonders hohe Preise für Werke des Abstrakten Expressionismus oder der Pop Art bewilligen.⁹²⁹

Der Bereich der zeitgenössischen Kunst unterscheidet sich in einem wesentlichen Faktor von den anderen Epochen: Während dort die Zahl der produzierten Werke insgesamt limitiert ist, wird zeitgenössische Kunst nach wie vor geschaffen.⁹³⁰ Hier stellt sich also das Problem des Nachschubs weniger als Frage der Beschaffung in einem knappen Angebotsmarkt dar, sondern eher als Frage der Auswahl von Kunstwerken und der Abgrenzung der „Kunsteigenschaft“ generell.⁹³¹

Im Bereich der Nachkriegskunst sind viele Künstler inzwischen derart etabliert, dass ein Privatkäufer sich auch ohne die Expertise der Galeristen sicher fühlt.⁹³² Vor allem aber haben sich Werke zeitgenössischer Kunst in der vergangenen Dekade endgültig auf einem Markt etabliert, wo die Sekundärvermarktung das Primärangebot überholt hat – niemals zuvor kamen derart viele Werke direkt aus dem Atelier der Künstler auf die Auktionsbühne, welche dadurch ein aussagekräftiges Barometer geworden ist für

⁹²⁶ WOOD (1997): 28; HERCHENRÖDER (2000): 142; STUDER: 29.12.2000; THORNCROFT: 31.01./01.02.2004. Seit den Herbstauktionen 2002 der internationalen Häuser liegen die Umsätze der Moderne-Auktionen auf dem Niveau der Impressionismus-Auktionen (GROPP: 16.11.2002). Vor allem Werke des frühen Impressionismus sind deutlich weniger gefragt (BENNETT: 03.07.2000).

⁹²⁷ THORNCROFT: 31.01./01.02.2004.

⁹²⁸ MÜLLER-GAERTNER: 16.05.1999; THIBAUT: 02/2001.

⁹²⁹ THIBAUT: 27.06.2001; RUMBLER: 09.12.2002; RENTON: 18.02.2003; SCHUSTER: 03/2003.

⁹³⁰ MONTCRIEFF: 04/2000.

⁹³¹ MELIKIAN: 27./28.05.2000.

⁹³² PLANTA: 10.02.2001.

„emerging art“.⁹³³ Obwohl man einen großen Einfluss von Künstlern auf diese Mechanismen konstatieren kann, wird häufig kritisiert, dass diese Entwicklung Künstler in ihrer Entwicklung hemmt, da sie deren Arbeitsstil auf einem markterprobten Stand einfriert; die zunehmende Geschwindigkeit des Kunstkonsums scheint aber mit der Kurzlebigkeit des Markterfolges einherzugehen.⁹³⁴

Diese Entwicklung findet eine Begründung in der zunehmenden Reputation von zeitgenössischen Hervorbringungen als Attribute gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Erfolgs. Früher bewies eine Sammlung von Erbstücken, dass man sich auch in wechselnden gesellschaftlichen Konstellationen zurechtfinden konnte – eine wichtige Voraussetzung für materiellen Erfolg. Seit den 1980er Jahren findet auch, vielleicht sogar mehr, Anerkennung, wer sich mit neuen Dingen umgibt, zeigt er doch damit, dass er es sich finanziell leisten kann und zudem in der Lage ist, rasch wechselnde Moden und Trends zu erkennen.⁹³⁵ Das hat zur Folge gehabt, dass Künstlern zunehmend „Starqualitäten“ zugebilligt wurden, mit allen sich daraus ergebenden Folgen in der Berichterstattung oder auch im direkten Umgang.⁹³⁶ Vor allem die Beschäftigung mit zeitgenössischer Kunst gibt dem Sammler das Gefühl, Mitglied einer Gemeinschaft von Eingeweihten zu sein.⁹³⁷

Allerdings ist in diesem Bereich die Gefahr der finanziellen Enttäuschung größer als in klassischen Gebieten der Kunst – der Sammler, der sich von seinem zeitgenössischen Kunstwerk trennen wollte und feststellen musste, dass der Wert unter seinem Kaufpreis liegt, wird möglicherweise künftig in „sichere“, etabliertere Objekte investieren. Trotzdem sind keinerlei Anzeichen zu erkennen, dass der Höhepunkt dieser Entwicklung überschritten sein könnte und sich zeitgenössische Kunst und deren Produzenten wieder zunehmend aus dem allgemeinen Bewusstsein verschwinden würden.⁹³⁸

⁹³³ HERCHENRÖDER (2000): 189; PLANTA: 08.07.2000.

⁹³⁴ BREYHAM (1997): 197; GROYS (1997): 30; HOEHME (2002): 287.

⁹³⁵ ULRICH (2000): 27; BAYLEY: 09.03.2003. Rund 70% der Topmanager und 85% der Politiker Deutschlands schmücken ihr Büro mit Werken der Modernen Kunst (BRAUN: 02/2003).

⁹³⁶ THIBAUT: 2000; GLEADELL: 22.01.2001; BAYLEY: 09.03.2003. Die Inszenierung des Marktes hat dazu geführt, dass diese Starqualitäten sogar (inhaltlich) unbeteiligten Servicekräften zugebilligt wurde, wie z. B. dem New Yorker Doorman von Christie's, Gil Perez (STEPHAN: 14.04.2001).

⁹³⁷ HERSTATT: 26.02.2004.

Auf Auktionen wird zeitgenössische Kunst seit Mitte der 1970er Jahre angeboten. Seit 1994 werden sogar Abendauktionen in diesem Bereich abgehalten.⁹³⁹ Dies war nicht nur ein Signal der gestiegenen Publikums- und damit Marktakzeptanz, sondern auch ein Zeichen dafür, dass nun nicht mehr nur der Handel mit alter Kunst einen wirtschaftlichen Erfolg bringen kann.⁹⁴⁰ Dadurch, dass die großen Häuser den Verkauf von Werken der Zeitgenossen begannen ernst zu nehmen, wurde auch in diesem Bereich die Monopolstellung der Händler beendet.

Die erhöhte Nachfrage der Nachkriegszeit und besonders der 1980er Jahre brachte aber nicht nur steigende Preise, sondern sorgte auch dafür, dass Entwicklungen, Stile oder Moden rascher kamen und gingen als je zuvor. Die Künstler hatten einerseits ein starkes Bewusstsein ihrer eigenen Autonomie, wollten andererseits aber auch aus dem Selbstverständnis der Avantgarde heraus der Gesellschaft weit über den Bereich des künstlerischen Schaffens hinaus ihren Stempel aufdrücken.⁹⁴¹ Die Identifizierung der originären künstlerischen Leistung wurde immer schwieriger; da dies das klassische Aufgabengebiet des Programmgaleristen ist, leidet der Primärmarkt am stärksten unter dieser - andauernden - Entwicklung. Aber auch die längerfristige Arbeit des Handels auf dem Sekundärmarkt an Ausstellungen und Publikationen wird hierdurch erschwert.⁹⁴²

Neben dieser Konzentration auf das 20. Jahrhundert werden besonders Gemälde aus dem 19. Jahrhundert gesammelt.⁹⁴³ „Wir haben beobachtet, dass sehr junge Leute das 19. Jahrhundert mit ganz anderen Augen sehen“, so der Stuttgarter Galerist Andreas Bühler.⁹⁴⁴ Bei diesen Werken überwiegt das handwerkliche Können als Qualitätskriterium einen inhaltlichen Ausdruck. Die Künstler verzichteten auf ein tiefeschürfendes ikonographisches Programm - abgebildet wurde die sichtbare Welt,

⁹³⁸ SIEBENHAAR (2002): 40, 51; SCHUSTER: 03/2003.

⁹³⁹ BRUBACH: 06/2002.

⁹⁴⁰ HERCHENRÖDER (1990): 40.

⁹⁴¹ FESEL (2000): 25.

⁹⁴² THURN (1994): 238.

⁹⁴³ HABERLAND (2002): 5; HERCHENRÖDER: 04./05.02.2000; MÜLLER-MEHLIS: 26.09.2000; THIBAUT: 28./29.11.2003.

⁹⁴⁴ VOGES: 18.08.2001.

und nur deren Sonnenseiten.⁹⁴⁵ Diese Art von Kunst befriedigt wie die Werke der Impressionisten die Sehnsucht nach Harmonie und Schönheit.⁹⁴⁶

Im Ansatz ist zudem ein Trend zu Altmeistergemälden zu erkennen, der klar von amerikanischen Sammlern ausgelöst wurde und weiterhin getragen wird.⁹⁴⁷ „Die US-Millionäre haben doch schon vor Jahren die Szene übernommen,“ findet der New Yorker Händler David Kapinsky.⁹⁴⁸ Hier wirkt sich besonders stark die Allianz zwischen Privatsammler und beratendem Museumskurator aus: In deutlich höherem Maße als bei den Impressionisten geht dieser Trend weniger in Richtung dekorativer Werke großer Meister als in Richtung von Werken mit Museumsqualität.⁹⁴⁹ Für viele Marktbeobachter ist dies erstaunlich, zeigen doch derartige Bilder oft unpopuläre, lehrhafte Themen in dunklen Farben, gleichwohl auch bei Altmeistergemälden allgemeine Markttrends der 1990er Jahre wie die Hinwendung zum Minimalismus erkennbar war.⁹⁵⁰ Für religiöse Themen hingegen gibt es nur im absoluten Spitzenbereich eine private Nachfrage.⁹⁵¹

Der Weltrekordpreis für das Rubens-Gemälde „Der Kindermord von Bethlehem“ hat zudem ein Altmeistergemälde in der Rangliste der teuersten Gemälde auf den zweiten Platz gebracht.⁹⁵² Diese medienwirksame Auktion hat besonders Händler dieses Bereiches gefreut, welche gerne die Missrelation zwischen Impressionisten- und Altmeisterpreisen beklagen.⁹⁵³ Es ist davon auszugehen, dass sich die Lücke

⁹⁴⁵ HERCHENRÖDER: 04./05.02.2000; KAMM: 08/2003.

⁹⁴⁶ EHRET: 4/1999. Der französische Werbetexter Frédéric Beigbeder spricht in diesem Zusammenhang von einer ursprünglichen Unschuld, einer Kindheit der Kunst (BEIGBEDER (2001): 206f.).

⁹⁴⁷ HERCHENRÖDER: 12./13.03.1999; BARKER: 03/2001; BEAUCAMP: 07.11.2001; JENSEN: 08/2003; BACHOFEN: 17.03.2004. Diese Entwicklung hat den Verkaufsort New York für Altmeister gegenüber London gestärkt, obgleich nach wie vor rund 70% der Gemälde in Europa angeboten werden (MELIKIAN: 05./06.02.2000; BENNETT: 07.02.2000).

⁹⁴⁸ ZEITZ: 20.10.2001.

⁹⁴⁹ HERCHENRÖDER (2000): 66 f.; THORNCROFT: 08./09.01.2000; BENNETT: 07.02.2000.

⁹⁵⁰ VOGGENAUER: 24.12.1999; THORNCROFT: 08./09.01.2000; STRONG: 03.02.2001; THIBAUT: 04/2004.

⁹⁵¹ ASCHENBORN: 03/2004.

⁹⁵² THIBAUT: 12./13.07.2002; GREGORY: 20.07.2002; RIETVELD/PACHNER: 21.07.2002; TROST: 25.07.2002; GREGORY: 31.08.2002; GROPP: 28.12.2002

⁹⁵³ HERCHENRÖDER: 19./20.07.2002; ASCHENBORN: 03/2004. Eine Haltung, die angesichts mehrerer Rekordpreise für Altmeister, vor allem für Werke von Rembrandt, nicht gänzlich berechtigt zu sein scheint, haben doch diese Preise Ende der 1990er Jahre das große Marktpotential beleuchtet (HERCHENRÖDER: 15.12.2000).

zwischen den Impressionisten- und den Altmeisterpreisen auch weiter mit zunehmender Geschwindigkeit schließen wird.⁹⁵⁴

Aber auch den Bildinhalt betreffend gibt es Trends, der Markt kennt einige „Bauernregeln“ für den Handel mit Gemälden. So sollen z. B. Stilleben mit toten Fischen nur schwer verkäuflich sein, ebenso Darstellungen von Stürmen - angeblich bevorzugen die Kunden eine ruhige See. Franzosen göütieren keine Schneelandschaften; Gemälde mit Hunden „walk out of the galleries.“⁹⁵⁵ Kunden aus Südamerika kann man angeblich nur Gemälde verkaufen, die in einem Koffer unterzubringen sind.⁹⁵⁶ US-Amerikaner freuen sich, wenn das Sternenbanner im Motiv des Bildes zu sehen ist – vor allem seit dem berüchtigten 11. September 2001.⁹⁵⁷

Generell besonders beliebt ist die Farbe Blau, die in Farbuntersuchungen von den Probanden immer wieder als „weit, männlich, kühl“ beschrieben wird und somit besonders geeignet ist, Distanz zu erschaffen oder aber einen Raum leerer erscheinen zu lassen.⁹⁵⁸ „Wenn nichts mehr hilft: Ein blaues Bild,“ so wird der Düsseldorfer Galerist Konrad Schmela zitiert.⁹⁵⁹

Brett Gorvy, Experte für Zeitgenössische Kunst, glaubt hingegen eher an die Macht der Farbe Rot, welche höchste Preise garantieren soll – „Paint red“, empfiehlt er jungen Künstlern, welche ihn zuweilen nach generellen Wertkriterien befragen. Die anderen beiden Ratschläge lauten „Use oil and canvas“, weil in dieser Technik ausgeführte Werke nach wie vor am höchsten gehandelt werden, sowie „Paint in big formats, but not too big – imagine your works hanging in a Fifth-Avenue-Apartment“.⁹⁶⁰

⁹⁵⁴ The Economist vom 29.07.2000.

⁹⁵⁵ WATSON (1992): XXVIII.

⁹⁵⁶ LACEY (1998): 177.

⁹⁵⁷ STEPHAN: 17.11.2001; SCHAERNACK: 02./03.08.2002.

⁹⁵⁸ ULRICH (2000): 49; KEMP: 06/2003; KAUBE: 10.08.2003.

⁹⁵⁹ HERSTATT: 26.02.2004.

⁹⁶⁰ GORVY: 02.07.2003.

“Sex sells” - diese alte Marketingweisheit gilt selbstverständlich auch auf dem Kunstmarkt, vor allem aber im diskreten Bereich des Auktionsverkaufes.⁹⁶¹ Dieses Schlagwort hat eine ganze Bandbreite von Folgen; beginnend mit der Unterstellung, dass bei erotischen Sujets die künstlerische Qualität nicht der wichtigste wertsteigernde oder Absatzfaktor ist, bis hin zur Erotica-Auktion, in der zu nächstlicher Stunde und nur “an Erwachsene” bildliches Anschauungsmaterial versteigert wird.⁹⁶² In diesem Falle muss auf dem Katalog (bzw. bei einer regulären Auktion, welche nur einzelne vermeintlich oder tatsächlich pornographische Werke enthält vor den betroffenen Lots) ein Warnhinweis abgedruckt werden.⁹⁶³

Zuletzt soll nicht unerwähnt bleiben, dass neben allen Eigenschaften des Bildes selbst auch sein Rahmen Bedeutung für die Wirkung wie für die Absatzchancen haben kann – nicht nur der Sammler Heinz Berggruen findet, dass „Rahmen machen Bilder“.⁹⁶⁴ Sollte dem Kunden das Zusammenspiel zwischen Werk und Rahmen bedeutungslos erscheinen, so kann man noch konstatieren, dass ein kostbarer Rahmen den Wert des Bildes absatzfördernd indiziert.

Im Idealfall befindet sich ein Gemälde noch in dem Rahmen, welches der Künstler dafür ausgesucht oder – in sehr seltenen Fällen – sogar dafür produziert hat. Schwieriger wird die nachträgliche Ergänzung des Rahmens. Hierbei werden nach wie vor Altmeister- und Gemälde des 19. Jahrhunderts in Rahmen dieser Epochen gebracht; die Kunst der klassischen Moderne aber ebenfalls mit antiken Rahmen versehen. Erst die Nachkriegs- und die zeitgenössische Kunst sucht sich neue Präsentationsmöglichkeiten durch zeitgenössische Rahmen. Die hohe Nachfrage nach antiken Rahmen hat nicht nur das Angebot von Rahmenbauern beeinflusst, sondern auch zu eigenen Auktionen dieser Waren geführt.

⁹⁶¹ IMDAHL: 04.05.2002; BENNETT: 02.06.2003; SCHUPP: 07.03.2004. “Diskreter” in diesem Falle, weil der Kunde hier kaufen kann, ohne persönlich in Erscheinung zu treten. Es soll nicht verschwiegen werden, dass nach Untersuchungen festgestellt wurde, dass diese Maxime nur dann gilt, wenn sich das Motiv des “Eyecatchers” mit dem Inhalt der Kampagne verbinden lässt – ansonsten handelt es sich um einen bloßen “Stopper”, welcher Aufmerksamkeit auf sich zieht (GRAUBNER: 12.07.2003).

⁹⁶² GROPP: 12.06.1999.

⁹⁶³ MILNER: 21.01.2001.

⁹⁶⁴ BERGGRUEN (1996): 186; vgl. MUNDGEN (1995).

4.2.2. Kunst auf Papier

Ein wichtiges Sammelgebiet ist der Bereich der Kunst auf Papier, vor allem der modernen Graphik. Gleichsam als Handelsbereich geboren wurde der Graphikbereich auf der documenta 2 von 1959. Dort wurde eine Sonderschau "Druckgraphik nach 1945" gezeigt, die vielen Besuchern vor Augen führte, dass man mit geringem Einsatz selbst zum Sammler werden kann.⁹⁶⁵ Diese "Türöffner-Funktion" erfüllt Kunst auf Papier auch heute noch: Der Einsteiger wird mit der modernen Kunst vertraut gemacht und kann sich leicht als Sammler betätigen und am Kunstmarkt aktiv teilnehmen.⁹⁶⁶ Seit einigen Jahren erhält Graphik zunehmend Konkurrenz durch die Photographie als Einsteigergebiet.⁹⁶⁷

Dem Image von Graphik als „Vetter vom Lande“, welcher im Schatten der Kunstunike steht, wirken eigene Messen wie die Londoner Print Fair entgegen, die sich an ein hochspezialisiertes Fachpublikum wenden.⁹⁶⁸ Dieses unterscheidet sich in aller Regel stark von Sammlern, welche Kunst kaufen, um damit ihr häusliches Umfeld auszuschnücken – Graphik und andere Papierarbeiten können nicht unbegrenzt dem Tageslicht ausgesetzt werden. Der Graphiksammler sammelt für die Sammlung „im Kopf“.⁹⁶⁹

Die besondere Qualität von Zeichnungen liegt dagegen im spontanen Charakter ihrer Entstehung; das Werk offenbart den Findungsprozess einer Idee, welche das Ölgemälde nur als fertiges Produkt zu zeigen in der Lage ist.⁹⁷⁰ Im Gegensatz zum Endprodukt war die Zeichnung gar nicht vorgesehen, Jahrhunderte zu überdauern – gemessen an der ohnehin geringen und weiterhin gefährdeten Zahl des Bestandes bieten Zeichnungen ein gutes Verhältnis von Qualität und Preis.⁹⁷¹ Vor allem die zunehmende Begeisterung für Altmeistergemälde in den USA hat ihre Auswirkungen auf die Nachfrage nach Altmeisterzeichnungen: „Old Master drawings are also

⁹⁶⁵ HARTENSTEIN (1997): 36.

⁹⁶⁶ HERSTATT: 05.07.2001; FECHTER: 03/2002; SCHREIBER: 12./13.03.2004.

⁹⁶⁷ GORVY: 02.07.2003.

⁹⁶⁸ THIBAUT: 04/2002.

⁹⁶⁹ RUMBLER: 11.11.2000. Mit dem Argument, man könne Kunst auf Papier nicht zeigen, haben einige Museen den Ankauf eingestellt; hohe Signalwirkung hatte die Weigerung des amerikanischen Lottery-Funds, Gelder für den Ankauf von Zeichnungen bereitzustellen (THIBAUT: 15./16.03.2002).

⁹⁷⁰ KUNTH: 01/2003.

suddenly a hot market, thanks to American private buyers“, befindet Anthony Thorncroft, Kunstmarktreakteur der Financial Times.⁹⁷²

4.2.3 Skulpturen

Das sich vom zweidimensionalen Gemälde erheblich unterscheidende Raumerlebnis von Skulpturen übt auf Sammler eine große Faszination aus.⁹⁷³ Allerdings verhält sich der Markt für Skulpturen ambivalent. Speziell für größere Werke haben nur die Museen ausreichend Platz. Diese jedoch fallen in Zeiten knapper öffentlicher Mittel zunehmend als Käufer aus. Für kleinere Werke jedoch lassen sich immer häufiger Rekordpreise erzielen,⁹⁷⁴ vor allem, wenn sie eine starke Wirkung haben – in Analogie zur *wall power* der Gemälde spricht man hier gern von der *room power*.⁹⁷⁵ Offensichtlich kommen dreidimensionale Werke der bereits geschilderten Freude am Kombinieren verschiedener Kunstwerke unterschiedlicher Epochen eher entgegen als zweidimensionale Gemälde.⁹⁷⁶ Speziell Stücke, die sich im Spannungsfeld von Kunst, Architektur und Design bewegen, liegen stark im Trend.⁹⁷⁷ Seit 2004 reagiert der Handel auf die steigende Nachfrage mit besonderen Marktforen; so wurde beispielsweise in London analog zur „Print Week“ oder der „Old Master Drawing Week“ eine „Sculpture Week“ ins Leben gerufen, an der sich die 10 führenden Skulpturenhändler Europas beteiligen.⁹⁷⁸

Generell steigt das Interesse vor allem an Skulpturen des 19. und 20. Jahrhunderts;⁹⁷⁹ und zwar in dem Maße, in dem die Begeisterung für ältere Stücke abnimmt. Dies ist eine Folge der sinkenden Bereitschaft, sich mit religiösen Bildnisinhalten und Motiven auseinander zusetzen, die jedoch Hauptthema der mittelalterlichen und

⁹⁷¹ STÜRMER: 08.11.2000.

⁹⁷² THORNCROFT: 04./05.08.2001.

⁹⁷³ BROCKHAUS (2002): 50f.; SCHAERNACK: 29./30.09.2000.

⁹⁷⁴ HERCHENRÖDER: 10./11.11.2000; GROPP: 30.12.2000-2; GROPP: 11.05.2002; HEINICK: 25.05.2002.

⁹⁷⁵ GROPP: 28.12.2002

⁹⁷⁶ FABER-CASTELL: 07.01.2004.

⁹⁷⁷ FECHTER: 2002.

⁹⁷⁸ BENNETT: 23.02.2004.

⁹⁷⁹ GROPP: 19.05.2001; THIBAUT: 26./27.10.2001-1; BENNETT: 17.02.2003. In Dallas/Texas wurde Ende 2003 mit dem Nasher Sculpture Center das weltweit erste Museum ausschließlich für die Skulptur des 20. Jahrhunderts gegründet (SCHAERNACK: 07./08.11.2003).

barocken Skulptur sind.⁹⁸⁰ Als Folge sind zeitgenössische Skulpturen häufig teurer als mittelalterliche; „Jeff Koons schlägt Tilman Riemenschneider“.⁹⁸¹

Obwohl sie aufgeholt haben, bleiben die Preise für Skulpturen noch immer hinter Bilderpreisen zurück.⁹⁸² Gründe sind nicht nur die räumliche Problematik, sondern auch der Umstand, dass Gemälde eher einem abstrakten Kunstbegriff entsprechen, während Skulpturen ihre Wirkungsverwandtschaft zu Gebrauchsgegenständen immer erst überwinden müssen.⁹⁸³

4.2.4. Angewandte Kunst und Asiatica

Im Bereich der angewandten Kunst lässt sich eine andere Entwicklung nachvollziehen. Hier wird in aller Regel zur Ausstattung des Lebensumfeldes gekauft. Obgleich somit Aspekte der Einrichtungmode im Vordergrund stehen, ist für viele Käufer sicherlich der Aspekt von Wichtigkeit, dass Objekte der angewandten Kunst in aller Regel wertstabiler sind als Bilder, vor allem der zeitgenössischen Produktion.⁹⁸⁴

Bis vor einigen Jahren war nur Ware aus dem 18. Jahrhundert anerkannt, das 19. Jahrhundert aufgrund seines Stilpluralismus, der beginnenden industriellen Fertigung und der gleichzeitigen Heroisierung des Handwerks verpönt. Diese Haltung besteht an sich noch fort: Objekte aus dem 19. Jahrhundert sind weit vom Preisniveau der Arbeiten des 18. Jahrhunderts entfernt: Nach wie vor sind die Möbel dieser Epoche der stärkste Zweig des gesamten französischen Kunsthandels.⁹⁸⁵

Für exzeptionelle, bevorzugt französische Stücke des 18. Jahrhunderts, d. h. Auftragsmöbel mit historischer Provenienz, werden seit den 1990er Jahren „Bilderpreise“ bewilligt – Christian Herchenröder nennt diese Dekade daher auch das

⁹⁸⁰ HERCHENRÖDER (2000): 226.

⁹⁸¹ HERCHENRÖDER: 20./21.07.2001.

⁹⁸² HERCHENRÖDER: 21./22.12.2001.

⁹⁸³ ULRICH (2000): 27.

⁹⁸⁴ GRIMM-WEISSERT: 15./16.09.2000.

⁹⁸⁵ THIBAUT: 27.03.2001; GRIMM-WEISSERT: 09./10.01.2004.

„Jahrzehnt des Möbels“.⁹⁸⁶ Da der Zeitgeschmack sich vom Epochenraum entfernt hat und diese Stücke mühelos auch in das moderne Ambiente zu integrieren vermochte, bleibt das Marktgebiet von Schwankungen eher verschont.⁹⁸⁷ Für Möbel wie Dekorationsobjekte gilt: Besonders erfolgreich sind Blickfänger.⁹⁸⁸

Produkte des Historismus verkaufen sich vor allem über die Namen ihrer Entwerfer und Produktionsstätten oder aber ihrer Vorbesitzer. Besonders gefragt sind Stücke, welche nicht ein konkretes Objekt einer früheren Epoche kopieren, sondern die Stilelemente dieser Epoche zu einem neuen Möbeltypus verschmelzen.⁹⁸⁹ Es ist davon auszugehen, dass die zunehmende Zahl von Rekordpreisen für luxuriöse Einzelstücke ihre Signalwirkung auf alle Qualitätsebenen des Marktbereiches haben werden.⁹⁹⁰

Jüngere Käufer empfinden aber die Produkte des 18. Jahrhunderts zunehmend als altmodisch, ohne die Unsicherheit gegenüber dem 19. Jahrhundert überwunden zu haben. In der Folge boomt der Markt für Kunstgewerbe des frühen 20. Jahrhunderts⁹⁹¹ und für Designobjekte der Nachkriegszeit.⁹⁹² Obgleich diese Entwicklung schon seit Mitte der 1990er Jahre zu beobachten war, hat sie sich seit der Jahrtausendwende deutlich verstärkt; viele Ausstellungen zur 100. Wiederkehr der Jahrhundertwende und der Pariser Weltausstellung von 1900 sowie zahlreiche Publikationen zum Thema haben hierzu beigetragen.⁹⁹³

Die Preise für Designobjekte der Nachkriegszeit verzeichnen in aller Regel beim Tod des Designers Zuwächse, weil dieser dem Entwurf das Charisma des Historischen verleiht.⁹⁹⁴ Nicht zu vernachlässigen ist daher in diesem Zusammenhang der

⁹⁸⁶ HERCHENRÖDER (2000): 245; ROCHEBOUET: 17.12.1999; THIBAUT: 14./15.04.2000; THIBAUT: 13.11.2001.

⁹⁸⁷ HERCHENRÖDER (2000): 253; HOPPE (2001): 38; ERBSLÖH: 17./18.03.2000; ERBSLÖH: 18./19.02.2000-1. Eine Ausnahme ist hierbei das nachlassende Interesse an deutschen Möbeln, sofern sie nicht aus der berühmten Roentgen-Werkstatt kommen (HERCHENRÖDER: 01/02/2004).

⁹⁸⁸ THIBAUT: 08./09.08.2003; FABER-CASTELL: 07.01.2004.

⁹⁸⁹ POWELL: 09/2000.

⁹⁹⁰ HERCHENRÖDER: 19.12.2000-2; THIBAUT: 27.03.2001.

⁹⁹¹ ERBSLÖH: 12./13.03.1999; THIBAUT: 14.11.2000; GRIMM-WEISSERT: 30.10.2001-1.

⁹⁹² BRAUN: 02/2000; COOPER: 01.03.2000; WATSON: 14.05.2000; MIDDLETON/TIRBUTT: 28.02.2004.

⁹⁹³ COOPER: 01.03.2000; VILLINGER: 19.01.2002; REYNOLDS: 19.03.2003. Zudem indiziert die zunehmende Zahl von Kopien dieser Klassiker eine steigende Nachfrage (HERSTAT: 25.09.2003).

⁹⁹⁴ BRAUN: 02/2000.

Investmentgedanke: Von den Preisen älterer Epochen noch weit entfernt, sind Zuwächse wahrscheinlich.

Designobjekte werden in eigenen Auktionen versteigert – welche dann neben Werken der angewandten Kunst auch Produktionsmodelle für industriell herzustellende Verbrauchsgüter oder sogar Häuser umfassen können – oder sie werden in Auktionen für Kunst der Nachkriegszeit integriert.⁹⁹⁵ Die Begeisterung für derartige Objekte erlaubte zeitweise sogar die Durchführung von Typenauktionen wie „The Chair“ oder „The Light“ – ein Konzept, was die Marktausdünnung in diesem Bereich nicht überlebt hat.⁹⁹⁶

Die Möbel der Moderne sind die Ebenistenmöbel des neuen Jahrtausends und werden vor allem vom Handel auch schon als solche behandelt: Mischungen zwischen Erzeugnissen des 18. und solchen des 20. Jahrhunderts nehmen im Angebot führender, vor allem Pariser Händler zu.⁹⁹⁷ Die Preise für hochwertige Objekte des Art-Déco befinden sich schon seit den 1990er Jahren auf dem Niveau von Möbeln des 18. Jahrhunderts.⁹⁹⁸

Aber auch Freizeitkultur und „Wohlfühlbedürfnis“ finden ihren Niederschlag im Kaufverhalten junger Kunden. Der Wunsch nach antiken Einrichtungsgegenständen und die Abneigung gegenüber inszenierten Epochenräumen führt oft zu Einrichtungen im Landhausstil, welche mit vornehmlich englischen Antiquitäten ausgestattet werden. „The clients for the English country house look are younger,“ so der Londoner Antiquitätenhändler Tony Ingrao, „they want rooms that don’t scream ostentation.“⁹⁹⁹ Diese einfacheren Stücke haben zudem den Vorteil, dass sie zuweilen günstiger sind als entsprechende Zweckmöbel aus moderner Produktion, selbst wenn diese eine frühere Epoche historisierend nachahmen.¹⁰⁰⁰

⁹⁹⁵ So wurde ein Haus des Architekten Philip C. Johnson von Christie’s im Rahmen einer Designauktion mit dem Titel “Masterworks 1900-2000” versteigert; italienische Designobjekte fanden sich vor allem in der Anfangszeit nach der Einführung der Kategorie regelmäßig in den Italian Sales von Christie’s und Sotheby’s – ein typisches Beispiel für “Crossover Selling” (GLEADELL: 22.05.2000; STEPHAN: 10.06.2000).

⁹⁹⁶ PLANTA: 04.11.2000-2.

⁹⁹⁷ THIBAUT: 16.05.2000; FREUND: 22.03.2003.

⁹⁹⁸ GRIMM-WEISSERT: 09./10.06.2000; HEINICK: 01.07.2000.

⁹⁹⁹ BARKER: 26.03.2002.

¹⁰⁰⁰ BURROUGHS: 16.02.2000; THIBAUT: 14./15.04.2000.

Schließlich bleibt festzuhalten, dass Werke der angewandten Kunst sich in aller Regel im preislichen Mittelfeld des Gesamtmarktes bewegen. Das Bestreben, auch auf diesem Markt erfolgreich zu sein,¹⁰⁰¹ hat auch zur Folge, dass gerade die internationalen Häuser diese Gebiete entdeckt haben: „Unsere wichtigste Aufgabe ist es jetzt, Antiquitäten wieder zu mehr Ansehen zu verhelfen“, findet Edward Dolman, Geschäftsführer von Christie’s.¹⁰⁰²

Für den Handel hingegen ist von Vorteil, dass der Markt in diesem Bereich nicht die Transparenz des Bildermarktes besitzt. Mit der Ausnahme von signierten Topstücken ist der Weg eines Möbelstücks oder Porzellans deutlich schlechter zu verfolgen; Internetdateien wie Artnet für Bilder existieren für Werke der angewandten Kunst nicht. In der Folge funktioniert in diesem Bereich der Markt noch traditionell; der Sammler kann den Wissensvorsprung des Händlers kaum aufholen – schon durch das einfache regionale Verschieben von Objekten kann man Verkaufserfolge erzielen.

Eines der ältesten Warenggebiete des Kunsthandels, Asiatika, erlebt seit der Jahrtausendwende einen Aufschwung.¹⁰⁰³ Grund für die enormen Preissteigerungen der letzten Zeit ist die Entstehung wohlhabender Schichten in Asien allgemein, aber vor allem in China, dessen Unternehmer mittlerweile mit viel Geld und ebensoviel Kenntnis chinesische Antiquitäten einkaufen.¹⁰⁰⁴ Kennerschaft und finanzielle Potenz sind auch die Gründe, warum in diesem Bereich die Grenze zwischen hochbewerteter Spitzenware und mittelmäßigen, unverkäuflichen Objekten besonders streng gezogen wird.¹⁰⁰⁵ Das wird deutlich bei Sonderveranstaltungen wie der „Asian Week“ in London oder New York. Aufgrund der Übermacht chinesischer Käufer schlug Souren

¹⁰⁰¹ Vgl. 6.2.4 – *Der Kampf um den Mittelmarkt*.

¹⁰⁰² THIBAUT: 03.07.2003-2.

¹⁰⁰³ SCHAERNACK: 24./25.03.2000; HASSELL: 01.04.2000; BOOTH: 16./17.06.2000.

¹⁰⁰⁴ MACKAY: 02.05.1999; MELIKIAN: 19./20.06.1999; THIBAUT: 30./31.01.2004; MCGREGOR: 28.02.2004. Ähnlich verhält es sich mit den „jungen“ russischen Kapitalisten, die auf dem internationalen Markt russische Antiquitäten zu scheinbar grenzenlosen Preisen erwerben (BLUNDY: 09.04.1999; THIBAUT: 28.11.2000; GROSS: 13.09.2003; QUIRING: 12.10.2003; BENNETT: 12.01.2004; PAGE: 15.01.2004; LOWES/McCANLESS: 16./17./18.01.2004; MÜLLER-MEHLIS: 06./07.02.2004; WEST: 02/2004; MÜLLER-MEHLIS: 26./27.03.2004). Vergleichbar war die Situation in den 1970er Jahren, als sich nach dem Sturz des Schahs viele Iraner in den USA niederließen und begannen, Objekte aus ihrer Heimat zu kaufen (HERSTATT: 16.04.2003).

¹⁰⁰⁵ THIBAUT: 16./17.06.2000-2.

Melikian, Kunstmarktredeakteur der International Herald Tribune, schon die Umbenennung in „Chinese Week“ vor.¹⁰⁰⁶

Besonders bei Stücken mit chinesischer Herkunft zeigt sich allerdings auch die Kehrseite des internationalen Kunsthandels: Zahlreiche Stücke wurden im 19. Jahrhundert von britischen Beamten oder Soldaten nach Europa gebracht, so dass bei jeder großen Auktion die Frage nach dem rechtmäßigen Eigentum auftaucht.¹⁰⁰⁷ Seit der Westöffnung des Staates wächst mit dem nationalen Selbstvertrauen auch der Nachdruck, mit dem derartige Fragen in die Öffentlichkeit gebracht werden.¹⁰⁰⁸ Mittelbare Folge dieses neuen Selbstbewusstseins ist allerdings auch, dass nicht nur mehr private Sammler erreicht werden, sondern auch überdurchschnittlich oft der chinesische Staat oder grosse chinesische Unternehmen mitbieten und ankaufen.¹⁰⁰⁹

Eine deutliche und stetige Steigerung der Nachfrage nach - früher als schwierig vermittelbar geltenden - technikhistorischen Raritäten ist ebenfalls zu beobachten, sofern die Ware nicht nur technikgeschichtliche Bedeutung hat und selten ist, sondern auch über ausreichend visuelle Apartheid verfügt.¹⁰¹⁰ In besonderem Maße gilt dies für Autos. Sie sind bei fast allen Häusern im (Varia-) Angebot, bei den größeren Häusern sogar als eigene Abteilungen. Der langjährige Leiter der Christie's Automobilabteilung, Robert Brooks, hat sich 1989 sogar als Spezialist für dieses Gebiet selbstständig gemacht. Seine „Collectors Cars Sales“ inszeniert das Haus Brooks wie Gemäldeauktionen und hat großen Erfolg damit. Mittlerweile ist Robert Brooks' Abteilung für „Collectors Cars“ im Automobilbereich führend.¹⁰¹¹

4.2.5 Ausbau von bestehenden Marktbereichen

Bestehende Marktbereiche kann man ausbauen, indem man sie in Nischen ausweitet. Neben der direkten Geschäftsausweitung spielen derartige Spezialauktionen auch unter Marketinggesichtspunkten eine wichtige Rolle. In ihrem Wunsch, an regionalen

¹⁰⁰⁶ MELIKIAN: 23./24.06.2001.

¹⁰⁰⁷ AUGUST: 06.04.2000; JACOB: 03.05.2000; THIBAUT: 09.05.2000.

¹⁰⁰⁸ RESTALL: 03.05.2000; AUGUST: 23.05.2000.

¹⁰⁰⁹ AUGUST: 03.05.2000; ECKHOLM/LANDLER: 04.05.2000.

¹⁰¹⁰ KRUMEICH: 12.06.1999; LOVENBERG: 10.07.1999; THIBAUT: 25.09.2001; KRUMEICH: 24.11.2002.

¹⁰¹¹ Seit der Fusion mit Bonhams 2002 heißt das Unternehmen ebenfalls Bonhams (FLECK: 6/1999).

Märkten teilzuhaben, auf denen Ware des mittleren Preissegments gehandelt wird, müssen die internationalen Häuser für einen hohen Bekanntheitsgrad auf diesen nationalen Märkten sorgen.¹⁰¹² Ist der Name auf diesen Märkten eingeführt, lässt sich die Tätigkeit leichter auf andere Sach- und Wertbereiche übertragen.¹⁰¹³

Mit dem Ziel, deutsche und österreichische Kunst des 20. Jahrhunderts auf dem internationalen Markt zu etablieren und langfristig zu höheren Preise zu verkaufen, rief Christie's im Jahr 1993 den "German and Austrian Sale" ins Leben. Seither wurden 10 Jahre lang im Oktober in London Werke der berühmtesten Künstler dieser Länder versteigert. Sotheby's folgte 1997 mit einer vergleichbaren Einrichtung.¹⁰¹⁴ Die „German Sales“ waren und sind eine Entwicklung, die gerade von deutschen Auktionshäusern des oberen Marktsegments wie der Villa Grisebach, Lempertz oder Ketterer mit berechtigter Sorge vor einer nationalen Marktaustrocknung beobachtet wird. Die Verlagerung eines abgegrenzten Marktgebietes ins Ausland war für diese Häuser eine Gefahr, weil man nicht vorhersehen konnte, inwieweit die nationalen Käufer der Ware auf einen internationalen Marktplatz folgen würden.

Allerdings waren Kunst und Künstler des Deutschen Expressionismus international nicht unbekannt. Schon während der (Kunst-) Epoche wurde die Aufmerksamkeit der Weltöffentlichkeit durch die Kampagne „Entartete Kunst“ auf diese Kunstrichtung gelenkt. Zudem waren durch die Emigrationswellen intellektueller Juden der 1930er und 1940er Jahre wichtige Nachfrager ins Ausland abgewandert.¹⁰¹⁵

Jedoch haben vor allem diese Auktionen und wichtige Ausstellungen der 1990er Jahre ein Bewusstsein für diese Kunst geschaffen, welche, nationale Aspekte sprengend, als internationales Phänomen betrachtet und untersucht wurde.¹⁰¹⁶ Dies führte zu immer neuen Rekordpreisen und war zusammen mit dem Umstand, dass das Folgerecht in London lange nicht eingriff, ein wichtiges Argument für eine

¹⁰¹² Vgl. 6.2.4 – *Der Kampf um den Mittelmarkt*.

¹⁰¹³ THIBAUT: 03.07.2003-1.

¹⁰¹⁴ HERCHENRÖDER: 10/2000; BÜRKLIN: 08.02.2003. Wichtigster German Sale des Hauses Sotheby's war sicherlich der Verkauf der Sammlung des deutschen Unternehmers Deyhle 1999 (HERCHENRÖDER (2000): 39; HERCHENRÖDER: 30.04./01.05.1999; MÜLLER-MEHLIS: 12./13.11.1999; NÜBEL: 23.04.1999).

¹⁰¹⁵ RUMBLER: 11.11.2000.

¹⁰¹⁶ HERCHENRÖDER (2000): 147.

Warenverschickung.¹⁰¹⁷ Zudem hat sie der kunsthistorischen Forschung gedient, da im Zuge des großen Medieninteresses und der Kommunikation von Rekordpreisen viele bislang unbekannte Werke öffentlich wurden.¹⁰¹⁸

Andererseits ist die Verpflanzung eines nationalen Marktes z. B. nach London immer risikobehaftet, denn mit dem Ortswechsel wirken auf diesen Marktbereich die (den bisherigen Marktteilnehmern vielleicht völlig unbekannten) Determinanten wie fremde Konjunkturzyklen und Sammelmoden des neuen Standortes ein.¹⁰¹⁹ Für den Handel hat dies allerdings eine positive Seite: Die nationalen Märkte sind für international tätige Händler ein günstiger Einkaufsmarkt.¹⁰²⁰ Die positive Entwicklung der „German Sales“ hatte weitere nationale Auktionen zur Folge, z. B. „Italian Sales“, „Irish Sales“, „Greek Sales“ oder „Scottish Sales“.¹⁰²¹

Allerdings mussten die Londoner Abteilungen feststellen, dass sie einerseits speziell im Mittelmarkt keine höheren Preise als die deutschen Häuser erzielen konnten, was die Argumentation zu Gunsten des Londoner Verkaufs gegenüber Einlieferern schwierig gestaltete. Da die Londoner Auktionen aber von den Bildern des Topsegments getragen wurden, machte sich andererseits die Marktaustrocknung wie auch eine zunehmende Käuferzurückhaltung besonders stark bemerkbar.¹⁰²² Nach 10 Jahren und 20 Rekordpreisen änderte Christie's daher sein Konzept.¹⁰²³ Mit dem Argument, man habe die Deutsche Kunst nunmehr international positioniert, gab man den German Sale als einen „Mid-Season-Sale“ auf und reduzierte die Sparte auf einen begleitenden Teilbereich der regelmäßigen Impressionismus- und Moderne-Auktionen.¹⁰²⁴

Fazit zu **4.2 Klassische Sammelgebiete**: *Tatsächlich ist das klassische Format „Ölgemälde“ nach wie vor der wichtigste Bereich des Kunstmarktes. Allerdings ist*

¹⁰¹⁷ HERCHENRÖDER (2000): 39.

¹⁰¹⁸ RUMBLER: 11.11.2000.

¹⁰¹⁹ HERCHENRÖDER (2000): 39, 333; THORNCROFT: 20.10.2000; THIBAUT: 06./07.02.2004.

¹⁰²⁰ LOVENBERG: 23.12.2000.

¹⁰²¹ DOWIE: 28.10.1999; McGLYNN: 31.03./01.04.2000; HEANY: 04/2000; THIBAUT: 23.05.2000; THIBAUT: 26./27.10.2001-1; THIBAUT: 26./27.10.2001-2. Auch ein „Spanish Sale“ wurde avisiert (THIBAUT: 13./14.02.2004). Selbiges gilt für Auktionen zu separierten Epochen, wie z.B. die Londoner Surrealismus-Auktionen von Christie's und Sotheby's (GROPP: 01.12.2000).

¹⁰²² BENNETT: 23.10.2000-1; GOETZ: 09.02.2003.

¹⁰²³ KOB: 06.02.2003.

eine gewisse Verlagerung von Interessen bemerkbar; die Nachfrage entwickelt und bewegt sich dynamisch zwischen einzelnen Epochen und Richtungen. Es zeigt sich bereits jetzt, dass die wertmäßig isolierte Stellung der Impressionisten schon mittelfristig beendet werden wird, seit Werke des 20. Jahrhunderts deren Preisniveau erreichen. Die Skulptur hat durch überproportionale Preisentwicklungen die Wertdifferenz zum Gemälde zwar verkleinert, aber die Lücke noch nicht geschlossen. Trotzdem ist auch im Skulpturenbereich das 20. Jahrhundert das höchstdotierte.

Zudem zeigt sich, dass nach einer langen Phase der Unterbewertung (in Relation zu jüngerer Kunst) Altmeistergemälde erneut in den Listen der teuersten Jahresverkäufe verzeichnet werden. Diese Steigerung der Nachfrage gilt auch für Altmeisterzeichnungen und -graphik, welche von Sammlern gekauft werden, für die die Preise der Ölgemälde unerschwinglich geworden sind.

Der Zugang zur zeitgenössischen Kunst ist für viele Sammler durch Museumsaktivitäten, Berichterstattung und die Informationsmöglichkeiten des Internet in den letzten 20 Jahren signifikant erleichtert worden. In der Folge steigt die Bereitschaft, diese Werke auch ohne Anleitung eines Galeristen auf Auktionen zu erwerben; der Anteil zeitgenössischer Werke auf Auktionen steigt seither.

Angewandte Kunst wird vor allem zur privaten Repräsentation gekauft; die Nachfrage ist daher stärkeren Schwankungen und Moden unterworfen als der Markt der Bildenden Kunst. Neben der zunehmenden Bedeutung der Provenienz im Bereich des 18. Jahrhunderts verzeichnet auch dieses Gebiet Wertzuwächse vor allem bei Produkten des 20. Jahrhunderts.

Die Aufspaltung von Generalauktionen in solchen nur mit Kunst eines Kulturkreises zeigt ebenso wie das zunehmende Interesse an Altmeistergraphik und -zeichnungen, dass die Ausdehnung in Nischen bereits behandelter Bereiche den Geschäftsumfang erhöhen kann. Generell hat der Handel in verengten Gebieten einen Vorteil, da er auch Einzelstücke anbieten kann, eine Auktion jedoch eine gewisse kritische Masse an Objekten benötigt.

¹⁰²⁴ SIEBLER: 01.02.2003; HERCHENRÖDER: 07.02.2003.

4.3 Neue Geschäftsfelder

Ein Charakteristikum des Kunstmarktes ist naturgemäß die Verknappung des begehrten Guts. Dies hat zwei Folgen: Zum einen begründet es die hohen Preise, die erzielt werden, wenn doch noch einmal ein Meisterwerk auf dem Markt erscheint.¹⁰²⁵ Zum anderen bemühen sich die kommerziellen Kunstvermittler um neue Kunden, indem sie nicht nur neue Vertriebswege wie das Internet beschreiten, sondern auch immer mehr Warengebieten die "Weihen der Kunst" verleihen. Erster Schritt waren die provenienzgesteuerten "Showbiz-Auktionen" der internationalen Auktionshäuser, z. B. der Kleider berühmter Persönlichkeiten.¹⁰²⁶ Inzwischen wird alles versteigert, was auch nur ansatzweise den Eindruck zu erwecken vermag, ein knappes Gut zu sein. Wer hätte noch vor wenigen Jahren gedacht, dass es Versteigerungen von Kunstauktionshäusern geben könnte, auf denen man Reste von russischen Raumkapseln, Ersatzteile der Concorde oder James-Bond-Fimlplakate anbieten würde?¹⁰²⁷

Impulse für diese Sammelgebiete kommen aus allen Bereichen der Popkultur und sind damit nicht nur zahlreicher, sondern auch besser plan- und vermarktbar: Hierfür stehen dem „Devotionalienhandel“ dieselben Instrumente wie den Absatzplanungs- und Marketingabteilungen von z. B. Musikunternehmen zur Verfügung.¹⁰²⁸ Letztlich sind gerade diese Sammelgebiete, bei denen man eigentlich von großer Abhängigkeit von Moden ausgehen sollte, in Wirklichkeit sehr stabil. Schlagzeilenträchtige Ausreißerpreise sind die Ausnahme, das Preisniveau normalisiert sich nach kurzer Zeit wieder.¹⁰²⁹

¹⁰²⁵ HERCHENRÖDER: 29./30.09.2000-2.

¹⁰²⁶ BLOM: 06.05.1999. Der Höhepunkt dieser Entwicklung war der Verkauf der Nachlasses von Marilyn Monroe bei Christie's in New York, in welchem 1999 das Kleid, das sie beim Vortrag des Geburtstagsständchens für John F. Kennedy trug, für US\$ 1,15 Millionen verkauft wurde (BENNETT: 25.10.1999; GRAAF: 29.10.1999; ZEITZ: 30.10.1999; HERSTATT: 25.01.2001).

¹⁰²⁷ THIBAUT: 31.03./01.04.2000-2; BALZER: 09/2003; HENLEY: 11.11.2003; STUDER: 14./15.11.2003; MÜLLER: 12.02.2004; MAAK: 29.02.2004. James-Bond-Poster hätten zumindest im Hause Sotheby's eine gewisse Berechtigung, diente doch der langjährige Sotheby's-Direktor Peter Wilson seinem Freund Ian Fleming als Vorbild für die Figur des britischen Geheimagenten (LACEY (1998): 116).

¹⁰²⁸ WASER: 22.03.2003.

¹⁰²⁹ THIBAUT: 16.01.2001; THIBAUT: 18./19.01.2002.

Interessanterweise sind aber auch diese neuen Gebiete nicht vor Austrocknung geschützt. Das starke Absinken der Gesamtzahl der versteigerten Einzelobjekte seit Ende der 1980er Jahre hatte auch zur Entdeckung der neuen Bereiche und ihrer Aufnahme in den Auktionsreigen geführt.¹⁰³⁰ Nach einer kurzzeitigen Zunahme der Gesamtzahl der versteigerten Einzelobjekte Mitte der 1990er Jahre fiel diese stärker als zuvor; in dieser Dekade sank die Gesamtzahl um nahezu 50%.¹⁰³¹ Erst die Auflösungen der Sammlungen der ersten Käufer dieses neuen Gebiets wird dem Sammelgebiet einen neuen, starken Impuls geben – und ein neues, nochmals höheres Preisniveau.¹⁰³²

4.3.1 Marktverengung und neue Trends

Das Ende eines Marktgebiets ist naturgemäß nicht erst erreicht, wenn alle Meisterwerke bereits vom Markt verschwunden sind. Verengt sich der Markt bezüglich der Menge an verfügbarer Ware (was den für Handel und Eigentümer positiven Wertanstieg mit sich bringen kann), sind Neueinsteiger gewarnt und suchen sich andere, offenere Felder.¹⁰³³ So wird heute kaum ein Sammler der Idee verfallen, eine Impressionistensammlung anlegen zu wollen, auch wenn hochwertige Stücke vereinzelt und durchaus regelmäßig auf dem Markt erscheinen.

Diese Situation der Marktverengung bringt die Händler in eine Vorteilsposition bezüglich des betreffenden Marktbereiches: Da kein Auktionshaus eine Auktion mit drei Spitzenwerken und sonstigen Füllstücken unternehmen kann und es auch zu gefährlich ist, ein angebotenes Spitzenwerk in eine bereits angenommene Gruppe von mittelmäßigen Stücken zu integrieren, sind das Spezialwissen des Händlers und seine Möglichkeit, das Meisterwerk singulär zu vermarkten, ein großer Vorteil.¹⁰³⁴ Es ist daher naheliegend, dass vor allem in den Auktionskatalogen die Verknappung umgehend deutlich wird, wogegen der Handel seine Ausstellungsflächen für eine gewisse Übergangsphase aus seinem Lager heraus bestücken kann – verschwindet ein

¹⁰³⁰ Vgl. 4.3 – *Neue Geschäftsfelder*.

¹⁰³¹ Sotheby's versteigerte 1989 rund 200.000 Lots, in Jahr 2000 nur noch 110.000; Christie's 1989 282.000 Lots zu 177.000 im Jahr 2000 (BARKER/RUMP: 15.03.2003).

¹⁰³² THIBAUT: 18./19.01.2002.

¹⁰³³ MELIKIAN: 12./13.12.1998; MELIKIAN: 04./05.03.2000.

¹⁰³⁴ MELIKIAN: 19./20.01.2002.

Gebiet aus dem Angebot der großen Kunstmessen, steht das Ende eines breiteren Nachschubs in aller Regel unmittelbar bevor.¹⁰³⁵

Häufig verlagert sich das Sammlerinteresse von einem sich schließenden Gebiet auf ein artverwandtes, welches bislang geringer geachtet wurde. So konzentriert sich das Interesse von Altmeistersammlern in Zeiten knapperen und teureren Angebots an Gemälden sichtlich auf Altmeistergraphik und -zeichnungen. Diese wurde früher als Massenware verpönt und gelangte dadurch von Verkaufsstrategien weitestgehend unbehelligt in die Sammlungen der Museen. Seit kurzem ist jedoch ein Anstieg von Interesse und Preisniveau zu beobachten.¹⁰³⁶

Wenn der internationale Markt ein neues Gebiet behandelt, bedeutet dass zunächst, dass sich in der Anfangszeit höhere Preise etablieren, als je der Künstler selbst oder auch Galerien für Stücke dieses Gebiets gefordert haben.¹⁰³⁷ Aber wie entdeckt man neue Felder? Als "Trendsetter und Erfinder neuer Marktsegmente", aber auch als „Aschenputtel des vornehmen Mutterhauses“¹⁰³⁸ gilt die Christie's- Dependence in South Kensington, wo Lots mit einem Wert bis zu £ 10.000,-- zur Versteigerung kommen.¹⁰³⁹ Die dortigen Experten warten aber nicht ab, bis ein Kunde mit einem interessanten Objekt in ihrer Sprechstunde erscheint, sondern besuchen regelmäßig große Antikmessen und sogar Flohmärkte - zur Schulung des Auges und zur Früherkennung von Trends.

Diese Trends werden in aller Regel von den internationalen Auktionshäusern geschaffen, welche über die nötigen Instrumente zur Herstellung von Kundenkontakten (und die zur Umsetzung notwendigen Mittel) verfügen, eine Idee einem großen, internationalen Publikum zu vermitteln. Hier zeigt sich eine weitere Seite des Nachwuchsproblems des Kunstmarktes: Je weniger Sammler sich fundiert auskennen, desto leichter ist es für die Auktionshäuser, einen Trend zu kreieren und Objekten der Alltagskultur die Weihen der Kunst zu verleihen. In diesen Bereichen

¹⁰³⁵ MELIKIAN: 13./14.03.2004.

¹⁰³⁶ KLEINKNECHT/KÜFFNER/SCHMID (2002): 44; MELIKIAN: 30./31.01.1999.

¹⁰³⁷ RUMBLER: 11.11.2000.

¹⁰³⁸ SCHÜRENBERG: 24.07.1999; VOGGENAUER: 29.01.2000.

¹⁰³⁹ BÜRKLIN: 09.10.2000.

zählt die kunsthistorisch untermauerte Kenntnis des Kunsthandels in der Folge wenig.¹⁰⁴⁰

Aber auch für die kleineren Auktionshäuser ist dieser Trend nachteilig: Sie verfügen nicht über die Marketingmittel und die internationale öffentliche Aufmerksamkeit, um selbstständig Trends zu schaffen. Da der Verkäufer aber generell dazu tendiert, Objekte, welche international handelbar sind, auch einem der großen internationalen Häuser anzuvertrauen, sind diese in jedem von ihnen neugeschaffenen Feld in einer Vorteilsposition im Wettbewerb auf dem Beschaffungsmarkt.¹⁰⁴¹ Für den Handel und kleinere Auktionshäuser bleiben nur Marktnischen, welche für größere Häuser nicht lukrativ genug sind, in denen dann aber einzelne Händler durchaus eine Monopolstellung erhalten können.¹⁰⁴²

Nicht vergessen sollte man, dass auch kontinuierliche Sammlertätigkeit ein Marktgebiet beeinflussen kann, besonders wenn der Sammler sich auf ein begrenztes Gebiet konzentriert und die Ergebnisse seiner Sammelleidenschaft in Form von Ausstellungen der Stücke und Publikation der Erkenntnisse der Öffentlichkeit zugänglich macht.¹⁰⁴³

In dem Maße, in dem die künstlerische Produktion neue Felder erschließt, sind diese auch potentielle Geschäftsbereiche des Kunstmarkts. Dies ist im Besonderen der Fall bei der Entwicklung zur Installation, welche über eine Weiterentwicklung von Skulptur weit hinausgeht, sowie bei Kunst der neuen Medien.

Hinzu kommen die Bereiche, welche außerhalb des Kunstbegriffs liegen und neben den traditionellen Sammlern auch Kunden ansprechen sollen, welche eher „Shopper and Furnisher“,¹⁰⁴⁴ vor allem aber Endkunden sind. „Furnisher“ kaufen traditionell neben Werken der Bildenden vor allem Objekte der Angewandten Kunst und werden durch besondere Auktionen bedient, deren Erfolg man durch geschickte Auswahl der

¹⁰⁴⁰ HERCHENRÖDER: 12/1999.

¹⁰⁴¹ DRINKUTH (2003): 50f.

¹⁰⁴² WIENECKE (1999): 28.

¹⁰⁴³ STRIMMER: 14/2000.

¹⁰⁴⁴ RUMBLER: 30.07.1999; vgl. 3.2.2 - Vom Nutzen der Kunst.

Objekte und maßvolle Limitsetzung sicherstellt.¹⁰⁴⁵ Diese Auktionen mischen Gebiete, um ein „one-stop-shopping“ zu ermöglichen; man könnte eine ganze Wohnung mit der Teilnahme an einer solchen Auktion einrichten und dekorieren.¹⁰⁴⁶

Typische Bereiche für „Shopper“ sind hingegen Juwelen, Zigarren und Weine oder auch (Oldtimer-) Automobile.¹⁰⁴⁷ Unter den Sammelbegriff „Collectibles“ hingegen fasst man Alltagsgegenstände zusammen, die sich durch emotionale Aufladung vom Konsumartikel zum Kultobjekt entwickelt haben.¹⁰⁴⁸ „Fast täglich wird ein neues Sammelgebiet entdeckt (...) – es gibt nichts, was nicht am Markt zirkulieren könnte, wenn es ein bisschen vom Hauch der Nostalgie angeweht ist,“ so beschreibt der Kunstmarktautor Matthias Thibaut den Reigen der Auktionen bei Christie’s in South Kensington.¹⁰⁴⁹

4.3.2 Photographie

Photographie als Kunstform zu etablieren, war ein langer Weg; bis in die 1950er Jahre gab es keinen Handelsplatz für diese schon damals 100 Jahre alte Technik – die auf ihrem ursprünglichen Gebiet längst durch digitale Aufnahmeformen ersetzt wurde.¹⁰⁵⁰ Inzwischen hat sich die schon von Zeitgenossen der Erfinder in Frage gestellte Gleichstellung zur Malerei durchgesetzt und die Photographie ist auch auf dem Markt seit vielen Jahren als künstlerisches Medium anerkannt.¹⁰⁵¹ Photographie hat sich vor allem einen festen Platz als Anfängergebiet erobert und macht mittlerweile dem etablierten Einsteigerbereich Graphik sehr erfolgreich Konkurrenz.¹⁰⁵²

Das Problem der Originalität hat der Markt mit Definitionen umgangen, welche dem Käufer Sicherheit über die Zahl der Abzüge des angebotenen Photos geben sollen.

¹⁰⁴⁵ Beispielsweise im „House Sale“ bei Christie’s New York, in „CSK at home“-Auktionen bei Christie’s South Kensington oder in „Furniture and Decoration“-Sales bei Sotheby’s Olympia (STÜRMER: 18.10.1998; GROPP: 29.12.2001-1; Handelsblatt vom 11./12.01.2002; WEYER: 24.03.2003; STUDER: 28.3.2003; CRANE: 10.05.2003; BENNETT: 21.07.2003).

¹⁰⁴⁶ BENNETT: 21.07.2003.

¹⁰⁴⁷ HERSTATT: 22.02.2001; RUMBLER: 09.12.2002.

¹⁰⁴⁸ WIENECKE (1999): 5.

¹⁰⁴⁹ THIBAUT: 18./19.02.2000.

¹⁰⁵⁰ SCHMIDT (1997): 5f.; HERSTATT (2002): 124.

¹⁰⁵¹ HAMM (2002): 151; EICHSTÄDT/HELLENKEMPER: 28.05.2003; SABAU: 03/2003.

Vintage Prints sind Abzüge, welche in den ersten fünf Jahren nach Entstehung des Negativs entstanden sind, meist vom Künstler selbst abgezogen.¹⁰⁵³ Hiervon existieren in aller Regel nur so wenige Exemplare, dass der Käufer auch eine schlechte Erhaltung akzeptiert.¹⁰⁵⁴ Period Prints werden erst nach dieser Phase und mit kommerzieller Absicht abgezogen; sind seit dem Photographieren und dem Abzug mehr als 10 Jahre vergangen, werden die Abzüge als Modern Prints bezeichnet.¹⁰⁵⁵ Letztlich werden auch nach dem Tod des Künstlers seine Bilder reproduziert; man spricht dann von Estate Prints, wenn sie vom Nachlaßverwalter in Auftrag gegeben wurden, ansonsten von Later Printed Prints, welche sich häufig durch geringeren Umfang der Tonalität auszeichnen.¹⁰⁵⁶ Nur bei wenigen Bildern ist – entsprechend der Druckgraphik – am unteren Bildrand die Auflagenhöhe angegeben; ein sicheres Zeichen, dass diese Abzüge für den photographischen Kunsthandel hergestellt wurden.¹⁰⁵⁷

Traditionell war der Verkauf von Photokunst eine Domäne des Handels. Erst 1971 führte Sotheby's die erste Photoauktion durch. In Deutschland gab es seit 1975 Photos als Teil des Angebots Moderner Kunst bei Hauswedell&Nolte, 1976 folgte die erste reine Photoauktion bei Lempertz.¹⁰⁵⁸ Die Messepremiere des Bereichs fand 1988 auf der ART Basel statt.¹⁰⁵⁹ Seit 2003 gibt es mit der „Art Expo“ eine eigene Photomesse – auf die Premiere in Düsseldorf folgte eine jährliche Veranstaltung in wechselnden europäischen Städten.¹⁰⁶⁰ Der Hauptmarkt für Photos sind aber nach wie vor die USA. Hier mag mitschwingen, dass das Medium erst nach der Staatsgründung erfunden wurde und daher als „nicht-importierte“ Technik gilt. Zudem wurden die Eroberung und die Industrialisierung des Landes durch eine Photographie dokumentiert, die nicht durch europäische Kunsttraditionen belastet war – Photographie wurde als typisch amerikanisches Medium akzeptiert.¹⁰⁶¹

¹⁰⁵² FEARON: 05/2003; GORVY: 02.07.2003.

¹⁰⁵³ GOETZ: 23.02.2003.

¹⁰⁵⁴ HAMM (2002): 150.

¹⁰⁵⁵ HAMM (2002): 152.

¹⁰⁵⁶ KOBİ: 08./09.06.2002.

¹⁰⁵⁷ WIEGAND: 29.10.2003.

¹⁰⁵⁸ HERSTATT (2002): 126f.; DITTMAR: 04/2004.

¹⁰⁵⁹ HERSTATT: 23.11.2000.

¹⁰⁶⁰ HERCHENRÖDER: 11./12.07.2003.

¹⁰⁶¹ KICKEN/KICKEN (2002): 160.

Nachdem im Jahr 2000 die magische Preisschwelle von einer Million Dollar von einem Photo von Man Ray überschritten worden war, war es nur eine Frage der Zeit, bis sich die Lücke zwischen den Preisen zeitgenössischer Kunst anderer Medien und der Photographie schließen würde – schließlich verzeichnete Photographie lange Zeit die größte Wachstumsrate auf dem Kunstmarkt.¹⁰⁶²

So finden sich neben eigenen, spezialisierten Photoauktionen und –galerien Photos mittlerweile vor allem (wieder) in den Galerien und Auktionen, welche zeitgenössische Kunst anbieten – bis zu einem Drittel der „Contemporary Art“ Auktionen der großen Häuser bestehen aus Photos.¹⁰⁶³ Dies bringt für den Photobereich mit sich, dass sich die Käufer solcher Stücke eher als Sammler von zeitgenössischer Kunst verstehen und nicht als Photosammler, die sie auch gar nicht sein oder werden wollen – man sammelt Photographie als Unterthema einer Sammlung mit „richtiger Kunst“.¹⁰⁶⁴ Andere, typische Photokäufer in Auktionen mit zeitgenössischer Kunst sind Modekäufer, welche weder Kunst noch Photographie sammeln, sondern sich für das Medium interessieren, weil „man“ gerade Photos kauft. Diese Kunden kaufen nach rein äußerlichen Gesichtspunkten, nach dem Motiv: „Ein teures Poster“.¹⁰⁶⁵ Beide Käufergruppen sind keine konstanten Abnehmer.

Hinzu kommt, dass auch in diesem neuen Feld sich erste Anzeichen des Austrocknens zeigen; Photographien des 19. und frühen 20. Jahrhunderts werden immer seltener angeboten.¹⁰⁶⁶ Das Nachrücken von Zweitklassigem gilt hierbei nicht nur für die künstlerische Qualität, sondern auch für den Zustand des Werkes an sich, welcher immer größere Bedeutung erlangt.¹⁰⁶⁷ Die Lücke wird weiterhin gefüllt von Pressephotos, nachdem sich in der Hochphase der späten 1990er Jahre gezeigt hat, dass auch journalistische Photos Höchstpreise erzielen können. Werden diese Photos von Bildagenturen oder Zeitungsarchiven verkauft, folgt gelegentlich eine gerichtliche Prüfung, ob Archive die Bilder nur publizieren und aufbewahren, oder aber auch verkaufen dürfen.¹⁰⁶⁸ Ebenfalls gehandelt werden Amateurphotos, entweder

¹⁰⁶² WIEGAND: 04.03.2000; MÜLLER: 02.04.2000; KOLDEHOFF: 11/2000.

¹⁰⁶³ STEPHAN: 03.11.2001.

¹⁰⁶⁴ WIEGAND: 24.11.2001.

¹⁰⁶⁵ WIEGAND: 24.11.2001.

¹⁰⁶⁶ HERSTATT: 07.11.2002; GOETZ: 23.02.2003.

¹⁰⁶⁷ FRICKE: 15./16.09.2000; BREWSTER: 21./22.06.2003.

¹⁰⁶⁸ GROPP: 09.09.2000; FRICKE: 15./16.09.2000; LOVENBERG: 16.09.2000; FRICKE: 19.09.2000.

von unbekannten Photographen, oder gar ausschließlich von Automaten hergestellt – stammen sie aus dem späten 20. Jahrhundert, sind es häufig Polaroid-Sofortbilder.¹⁰⁶⁹ Generell kann man feststellen, dass in London eher alte, in New York hingegen eher zeitgenössische Prints angeboten werden.¹⁰⁷⁰

Nach dem Höhepunkt der Photographiebegeisterung auf dem Markt hat sich diese Ende der 1990er Jahre etwas erschöpft; zuweilen war sogar vom „Epigonentum“ die Rede.¹⁰⁷¹ Die Anerkennung als Kunstform in Museen wie auf dem Markt haben ihr zudem den Nimbus des Neuen, Unkonventionellen genommen. Hinzu kommt, dass in den letzten Jahren das Bewusstsein für eine konservatorisch korrekte Aufbewahrung von Kunstwerken stark gestiegen ist und der Zustand einen immer stärkeren Einfluss auf die Preisbildung hat; Photos sollten in Räumen gelagert werden, deren Temperatur 8°C. nicht übersteigt.¹⁰⁷² Anderenfalls ist in wenigen Jahrzehnten mit Folgeschäden zu rechnen, sofern es sich nicht um die haltbareren Silbergelatine- oder Platinprints handelt.¹⁰⁷³ Alle diese Aspekte haben auch dazu geführt, dass das Interesse der Sammler (vor allem im Bereich der zeitgenössischen Kunst) wieder verstärkt zur Malerei tendiert.

4.3.3 Installationen

Auffällig ist, dass seit den 1930er Jahren mit dem Aufkommen von Installationen die Künstler sich immer häufiger für diese Form entscheiden, die aber oft nicht besonders gut handelbar ist.¹⁰⁷⁴ Ursprünglich arbeiteten die Künstler mit kleinen Installationen, die lediglich aus einer Kombination von mehreren Objekten bestanden und daher wie Skulpturen zu bewegen und zu verkaufen waren.

Schwieriger sind dann schon solche, die an der Wand lehnen, einen Teil des Bodens einnehmen oder gar den ihnen zugewiesenen Raum vollständig füllen. Aber auch diese Installationen bleiben im engen Rahmen handelbar. Die Anordnung des

¹⁰⁶⁹ BRAUCHITSCH (2002): 218ff.; KICKEN/KICKEN (2002): 165; GOLDBERG: 02./03.08.2003.

¹⁰⁷⁰ KOBI: 08./09.06.2002.

¹⁰⁷¹ HERSTATT: 26.04.2001; IMDAHL: 02.11.2002.

¹⁰⁷² WILHELM/BROWER (1993): 42ff.

¹⁰⁷³ HERSTATT: 07.02.2002; KOBI: 08./09.06.2002; POLLMEIER: 03/2004.

¹⁰⁷⁴ NEBELUNG: 03./04.11.2000.

Künstlers zur Aufstellung ist dann unverzichtbar, ja Teil des Kunstwerks. Der die Objekte umgebende Raum ist neutrale Hülle und damit austauschbar; als Käufer ist nicht nur ein Museum denkbar, sondern auch der Privatkäufer mit Platz (oder Willen zur Leihgabe wiederum an ein Museum).¹⁰⁷⁵ „Kunst ist heute zu 90% Auf- und Abbau,“ so charakterisiert der Kunstkritiker Wolfgang Kemp das zeitgenössische, künstlerische Schaffen.¹⁰⁷⁶

Absehbarer Endpunkt dieser Entwicklung ist jedoch die “totale” Installation, die auch den Raum mit einbezieht und dadurch unbeweglich wird: Die Installation ist der vollständig bearbeitete Raum.¹⁰⁷⁷ Ein Handel mit der “totalen” Installation ist nicht vorstellbar – was von einigen Künstlern durchaus auch gewollt ist.¹⁰⁷⁸

4.3.4 Kunst der neuen Medien

Kunst der neuen Medien hat sich dagegen allen kritischen Stimmen zum Trotz als verkäuflich erwiesen. Die Vorbehalte, die man seit den 1970er Jahren der Kunst der neuen Medien entgegenbringt, erinnern an die Zeit, in der die abstrakte Kunst aufkam. So schrieb die Baroness Rebay, Kuratorin des Guggenheim-Museums New York, 1938 an die Galeristin Peggy Guggenheim: “Wie Sie bald feststellen werden, ist die ungegenständliche Kunst keine Dutzendware und lässt sich nicht kommerzialisieren. Aus diesem Grund gibt es keinen Handel mit echter Kunst.”¹⁰⁷⁹

Gleichwohl ist die Videokunst längst eine zentrale Gattung der zeitgenössischen Kunst; vor allem junge Künstler verwenden diese Technik so häufig und selbstverständlich wie Farben und Leinwände. Seit der documenta 11, welche 2002

¹⁰⁷⁵ Nach Kunst- und Kunstmarktautor Eduard Beaucamp handelt es sich hierbei um eine langjährige Spirale, in der Kuratoren von Museen Werke von Privatsammlern entleihen oder der Institution schenken lassen, um durch die öffentliche Hand Räumlichkeiten erstellen zu lassen, welche für den eigenen Bestand niemals finanziert worden wären. Häufig wird die Gelegenheit genutzt, über den Neubedarf hinaus Raum zu schaffen; zuweilen geht gar die Sammlung, welche für die Erweiterung ursächlich war, wieder verloren. Das vergrößerte Raumangebot steigerte die Ansprüche der Künstler und veränderte die Künste (BEAUCAMP: 07.11.2001).

¹⁰⁷⁶ KEMP (2002): 12.

¹⁰⁷⁷ KABAKOV (1995): 27; HENKE: 12./13.01.2001.

¹⁰⁷⁸ CRÜWELL: 21.06.2003.

¹⁰⁷⁹ GUGGENHEIM (1998): 264.

als Triumph der Videokunst in die Annalen einging, ist dies offensichtlicher denn je.¹⁰⁸⁰

Unter den Käufern ist der Anteil der Privatsammler allerdings nach wie vor verhältnismäßig gering. Nur wenige möchten sich in ihrem häuslichen Umfeld mit Dia-Projektionen, Videobändern und –Installationen umgeben. Denn selbst wenn der Film nicht läuft, entfaltet zumindest die technische Apparatur, welche unverzichtbarer Teil des Werkes ist, ihre Wirkung.¹⁰⁸¹

Allerdings muss konstatiert werden, dass Kunstwerke, die auf der Basis von Video arbeiten, es generell schwer haben, sich gegenüber dem aggressiven Einsatz dieser Technik in der Werbung zu behaupten.¹⁰⁸² Gleichzeitig bedürfen sie in höherem Maße der Vermittlung und stärken so die Rolle des Galeristen.¹⁰⁸³

Für die frühen Vertreter der Medienkunst gelten mittlerweile die üblichen Marktregeln. Bei Avantgardekünstlern sind die Experten in der Bewertung unschlüssig, wenn sich die Künstler der neuen Medien bedienen, insbesondere, wenn die Werke dann interaktiv sind.¹⁰⁸⁴ Diese Zurückhaltung der Kritik schlägt auf den Kunstmarkt durch.¹⁰⁸⁵ Nicht zuletzt deswegen ist die Vermarktung von Videobändern nach wie vor eine Domäne von großen Non-Profit-Organisationen, welche die Bänder gleich einer Spielfilm-Videothek gegen geringes Entgelt entleihen oder verkaufen.¹⁰⁸⁶

Hinderlich ist zudem, dass die elektronische Information des Werkes keinen Träger mehr hat, auf dem sich sinnvoll eine Signatur aufbringen ließe. Im Gegensatz noch zum Photo ist die Verbindung von Träger und Signatur nicht mehr unlösbar. So hat

¹⁰⁸⁰ FRIELING (2002): 297f.; DOGRAMACI: 02/2003.

¹⁰⁸¹ FRICKE: 02./03.02.2001.

¹⁰⁸² DICKHOFF/KÖNIG: 4/1999.

¹⁰⁸³ BLASE: 02/2003.

¹⁰⁸⁴ DUGUET (1996): 36.

¹⁰⁸⁵ Trotzdem ist in Paris 1998 erstmals ein virtuelles Kunstwerk versteigert worden, wie der Spiegel Special "Ware Kunst" (1998): 79 schreibt. Fred Forests Werk "Parcelle/Reseau" existiert nur im Internet, versteigert wurde der Zugangscode.

¹⁰⁸⁶ Beispielsweise Electronic Art Intermix (AIC) in New York oder Video Data Bank in Chicago (FRICKE: 19./20./21.03.2004).

der Kunstmarkt eine Verbindung von Signatur und elektronischem Bild nicht akzeptiert, was dem Werk den nachvollziehbaren "Original-Wert" verweigert.¹⁰⁸⁷

Ein gutes Beispiel ist Marie Jo Lafontaines Arbeit "Les Larmes d'Acier". Die Videoinstallation wurde im Juni 1999 in London von Christie's für £ 80.000,-- verkauft. Der Katalog wie die Frankfurter Allgemeine Zeitung¹⁰⁸⁸ behaupteten, es handle sich hierbei um das Werk, welches nicht nur 1987 auf der documenta 8 in Kassel, sondern seither auch im Museum für Kunst der Neuen Medien (ZKM) in Karlsruhe gezeigt worden war. Umgehend folgte eine Gegendarstellung des ZKM, welches weiterhin im Besitz seiner Videobänder war und auch davon ausging, diese wären die auf der d 8 ausgestellten. Das in der Auktion angebotene Werk war damit provenienzenlos. Hierdurch wurde nicht nur verdeutlicht, dass es von diesem Beitrag Lafontaines zur d 8 mehrere Exemplare geben muss, sondern auch gezeigt, dass die Unterscheidung zwischen Original und Zweitfassung aufgrund des Mediums wenn nicht unmöglich, so doch erheblich erschwert ist.¹⁰⁸⁹

Das Problem der fehlenden Verbindung zwischen Werk und Träger ergibt sich auch bei restauratorischen Maßnahmen. Besonders die frühen Arbeiten sind häufig sehr stark gealtert und müssen aufwendig restauriert werden – bei schlechter Lagerung zeigen sich an Videobändern schon nach 10 Jahren die ersten Schäden, welche man nur durch regelmäßiges Überspielen auf ein aktuelles System aufhalten kann.¹⁰⁹⁰ Da die Schäden an Bild und Ton Erscheinungsbild und Aussage der Werke beeinflussen können, werden zudem immer wieder digitale Retuschen durchgeführt; die Grenze zur Verfälschung ist bislang weder von der Kunstforschung noch vom Markt definiert worden.¹⁰⁹¹ Ebenso ist ungeklärt, wer für die Kosten der Restaurierungen aufzukommen hat – deckt der Kaufpreis möglicherweise nur die Nutzung für den Zeitraum der Lebensdauer des Magnetbandes ab?¹⁰⁹²

¹⁰⁸⁷ DANIELS (1996): 55.

¹⁰⁸⁸ Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 03.07.1999.

¹⁰⁸⁹ GROPP: 31.07.1999.

¹⁰⁹⁰ HERSTATT: 27.06.2002; ALTMANN: 10/2002; DÖRRZAPF: 04/2003.

¹⁰⁹¹ Dank der Auflage kann ein möglicher Unterschied zuweilen durch Vergleiche festgestellt werden; das größte Archiv mit Künstlerfilmen besitzt die (öffentlich zugängliche) Videothek der Londoner „Artists on Film“-Stiftung (PIETSCH: 07/2003).

¹⁰⁹² FRICKE: 19./20./21.03.2004.

Fazit zu **4.3 Neue Geschäftsfelder**: *Kommt es zu Verengungen in Marktbereichen, sucht der Markt nach neuen Feldern. Dies kann aber auch ein Untergebiet sein, oder aber ein neues Medium derselben Epoche.*

Ein besonders erfolgreiches neues Feld ist die Photographie, welche nicht nur einen gewissen Teil des Marktes der zeitgenössischen Kunst bestimmt, sondern zudem Graphik als klassisches Einsteigergebiet abgelöst hat. Die Entwicklung der Skulptur zur Installation oder auch die Kunst der neuen Medien sind hingegen noch von einer gewissen Unsicherheit geprägt, welche auch aus Wiedergabeproblemen sowie dem schwierigen Echtheitsnachweis resultieren.

Neue Geschäftsfelder liegen vor allem in Bereichen, in denen eine berühmte Provenienz die Handelbarkeit erst herstellt, wie z. B. bei Nachlässen von Stars. Zudem sind die Produkte der Popkultur geeignet, auf dem Kunstmarkt angeboten zu werden. Die Grenzen zwischen diesen beiden Bereichen sind fließend. Obgleich die Gesellschaft beständig Stars produziert, ist feststellbar, dass auch der Nachschub an Memorabilien nicht unerschöpflich ist. Weitere neue Felder sind der Verkauf von Objekten, welche besonderen Lebensstil signalisieren oder konsumiert werden können, wie Weine, Zigarren oder Oldtimer-Automobile. Der Markt unterscheidet bei Kunden zwischen Sammlern, Einrichtern und (Luxus-) Konsumenten.

Diese neuen Gebiete werden vor allem von den großen Auktionshäusern propagiert und mit aufwändigen Instrumenten zur Herstellung von Kundenkontakten eingeführt. In der Folge kann man Preise erzielen, die deutlich über solchen des Primärmarktes oder auch des bisherigen Handels liegen.

4.4 Raubkunst als Ware

Der Begriff “Raubkunst” umfasst nicht nur die von deutschen Institutionen und Privatpersonen als vermisst gemeldeten Güter, sondern alle Kulturgüter, die während und infolge des Zweiten Weltkrieges unrechtmäßig verbracht worden sind.¹⁰⁹³ Hierzu zählen Objekte, welche den Eigentümern entzogen wurden, weil diese von den

¹⁰⁹³ PRIESE: 23./24.07.1999.

Machthabern des Dritten Reiches verfolgt wurden. Ebenso umfasst Raubkunst diejenigen Kunstwerke, welche vom Naziregime als „entartet“ gebrandmarkt eingezogen wurden, sofern sie im Eigentum von Privatpersonen standen. Letztlich gehört auch Beutekunst unter diesen Oberbegriff; hierbei handelt es sich um Objekte, die 1945 von Mitgliedern gegnerischer Armeen als Kriegsbeute verschleppt worden waren.¹⁰⁹⁴

Kann ein Alteigentümer Objekte identifizieren, seinen Anspruch nachweisen und durchsetzen, wird ihm das Objekt von einem Zivilgericht zugesprochen oder, falls im Besitz eines staatlichen Museums, vom Staat restituiert. Restitutionen erstrecken sich ebenfalls auf früheres Eigentum in Ostdeutschland und in anderen mitteleuropäischen, ehemals kommunistischen Ländern, in denen nach 1945 enteignet wurde.¹⁰⁹⁵

4.4.1 Raub und Wiedergutmachung

Der Nationalsozialismus hatte weitreichende Auswirkungen auf den Kulturbetrieb und auch auf den Kunstmarkt. Die Gestaltung einer neuen Nation beinhaltete die Säuberung, Regulierung und Überwachung des kulturellen Lebens. Diejenigen der Künstler, die jüdischen Glaubens oder jüdischer Abstammung waren oder zwar „arisch“, aber mit ihrer Arbeit nicht das „Blut-und-Boden-Ideal“ der Machthaber bedienten, wurden als „entartet“ gebrandmarkt und mit Arbeitsverboten belegt. Unerwünschte Museumsdirektoren, Ausstellungskuratoren und Hochschullehrer

¹⁰⁹⁴ Die Rückführung von Beutekunst richtet sich primär nach völkerrechtlichen Verträgen; Werke aus staatlichen Besitz sind für den Kunstmarkt irrelevant, weshalb auf eine Darstellung der Situation der Beutekunstdiskussion verzichtet werden kann. Ausnahmen sind Objekte, welche von Soldaten ohne interne Anweisung mitgenommen wurden und die sich in Privatbesitz befanden (LEHN: 04./05.08.2000; GNAUCK: 16.06.2001; zu den Rückführungsproblemen von Beutekunst vgl. FIEDLER (1995)).

¹⁰⁹⁵ Nach dem seit 1994 geltenden Entschädigungs- und Ausgleichsgesetzes muss DDR-Enteignungsoffern der Jahre 1945 bis 1947 ihr beweglicher Besitz zurückübereignet werden. Besonders medienwirksam wie marktfähig ist der Besitz adeliger Familien. Häufig werden derartige Restitutionen gütlich beendet; entweder erhält die Familie Teile der strittigen Inventare und gibt andere als Stiftungen oder Leihgaben in die Museen des jeweiligen Bundeslandes. Oder aber die Inventargegenstände verbleiben in staatlichen Museen und die Familie wird mit Grundbesitz entschädigt, so z. B. das Haus Sachsen-Coburg-Gotha, welches auf im Schlossmuseum Friedenstein befindliche Kunstgegenstände verzichtete und mit landeseigenem Forst im Wert von DM 15 Mio. entschädigt wurde (AP-Gotha vom 28.06.2001).

wurden entlassen.¹⁰⁹⁶ Alle Kulturschaffenden, d.h. alle Menschen, die in den Bereichen Bildende Kunst, Musik, Film, Rundfunk, Theater, Presse, Literatur, Architektur, und Kunsthandel tätig waren, zwang man zur Mitgliedschaft in der 1933 gegründeten Reichskulturkammer. Diese Mitgliedschaft war nur „arischen“ Deutschen sowie dem Regime politisch und künstlerisch genehmen Kulturschaffenden eröffnet, aber gleichzeitig Voraussetzung für deren weitere Beschäftigung und Überwachung.¹⁰⁹⁷

Die Fluchtwelle, die diesen Bestimmungen folgte, bedeutete für die Kunstwissenschaft, aber auch für den Kunsthandel einen großen Verlust an Expertise.¹⁰⁹⁸ Gleichzeitig wurden Werke der „entarteten“ Kunst aus Museen und Sammlungen entfernt und publikumswirksam zerstört oder aber zu Niedrigstpreisen ins Ausland verkauft.¹⁰⁹⁹ Der Hauptumschlagplatz geraubter Objekte im Ausland war aufgrund ihrer Neutralität sowie ihrer Zollbestimmungen und fehlende Handelsbeschränkungen die Schweiz.¹¹⁰⁰ Den Höhepunkt dieser Entwicklung stellte die Wanderausstellung „Entartete Kunst“ dar, die 1937 in München gezeigt wurde.

Ähnlich erging es den Privatsammlungen in jüdischem Besitz; nachdem in unmittelbarer Folge der Machtergreifung jüdische Bürger aus dem wirtschaftlichen und kulturellen Leben ausgeschlossen worden waren, mussten viele Eigentümer von Kunstwerken diese zur Finanzierung des Lebensunterhalts im Ausland verkaufen. Nach 1938 wurden Sammlungen in jüdischen Besitz systematisch geplündert, selbst wenn sie von ihren Eigentümern staatlichen Museen zur Aufbewahrung anvertraut waren.¹¹⁰¹ Die Stücke gingen in das Eigentum von Museen über, wurden verkauft oder wanderten in private Sammlungen ranghoher Nazis.¹¹⁰² Adolf Hitler sammelte

¹⁰⁹⁶ Rechtsgrundlage war das „Gesetz zur Wiederherstellung des Berufsbeamtentums“ vom 7. April 1933 (BARRON (1992): 9).

¹⁰⁹⁷ NICHOLAS (1997): 17f.

¹⁰⁹⁸ VOGES: 18.03.2002.

¹⁰⁹⁹ KETTERER (1988-1): 113; KUNZE (2000): 11 ff., 36 ff.; Rechtsgrundlage war das „Gesetz über Einziehung von Erzeugnissen von entarteter Kunst“ vom 31.05.1938.

¹¹⁰⁰ FELICIANO (1998): 152.

¹¹⁰¹ Rechtsgrundlagen waren die „Rechtsverordnung über die Anmeldung des Vermögens von Juden“ vom 26. April 1938, die „Verordnung über die Einziehung volks- und staatsfeindlichen Vermögens“ vom 20. November 1938, die „Verordnung über den Einsatz des jüdischen Vermögens“ vom 3. Dezember 1938 und die „Verordnung über den Verfall des Vermögens emigrierter und deportierter Juden an das Reich“ vom 25. November 1941 (PETROPOULOS (1999): 121f.).

¹¹⁰² CZERNIN (1999): 158ff.; HEUER: 3/1999. Die Verkäufe fanden unter der Aufsicht der Reichskulturkammer in den sog. „Berliner Judenauktionen“ statt – um den heimlichen Verkauf

vor allem für das Neue Kunstmuseum, dessen Errichtung im März 1938 verfügt worden war und mit dem er seine Geburtsstadt Linz auszeichnen wollte; er hatte aufgrund des sog. „Führervorbehalts“ die erste Wahl unter beschlagnahmten oder geraubten Kunstwerken.¹¹⁰³ Hermann Göring versuchte seit Beginn seiner Sammlungstätigkeit, die direkte Konkurrenz zu seinem Vorgesetzten zu umgehen, indem die Epochen der Kunstgeschichte aufgeteilt wurden;¹¹⁰⁴ die Sammlung Görings war in seinem Landhaus Carinhall nördlich von Berlin untergebracht, das er durch Erweiterungen zum Hermann-Göring-Museum umwandeln wollte.¹¹⁰⁵

Diese Praxis wurde nicht nur im Reich selbst, sondern in allen eroberten Gebieten durchgeführt.¹¹⁰⁶ Nach der Eroberung Frankreichs wurde Paris der bedeutendste Umschlagplatz von Raubkunst in Europa.¹¹⁰⁷

Seit Kriegsende haben die Geschädigten versucht, ihre Sammlungsgegenstände zurückzuerhalten. Da ein Großteil der Enteignungen auf gesetzlicher Basis erfolgte, wurden diese Begehren von bundesdeutschen Gerichten in der unmittelbaren Nachkriegszeit zunächst abgelehnt.¹¹⁰⁸ Auch nach Kriegsende wurden unrechtmäßige Praktiken fortgesetzt. In dem Bestreben, wichtige (beschlagnahmte) Werke im Land zu halten, wurden z. B. in Österreich zuweilen Ausreise- oder Ausfuhrgenehmigungen nur gegen „Schenkungen“ einiger der begehrten Kunstwerke

jüdischen Vermögens zu verhindern, mussten die Auktionshäuser ab 1938 jüdisches Eigentum kenntlich machen. Die Werke entarteter Kunst wurden in ein Depot in Schloss Niederschönhausen verbracht und von dort aus von vier deutschen Kunsthändlern im Ausland angeboten. Teile des Bestandes wurden am 30.06.1939 von der Galerie Fischer in Luzern versteigert (HEUSS (1998): 98ff.).

¹¹⁰³ PETROPOULOS (1999): 113f.

¹¹⁰⁴ Adolf Hitler sammelte privat vor allem Werke des 18. und 19. Jahrhunderts, Hermann Göring durfte alle übrigen Epochen sammeln (MARTENS (1999): 122). In Ermangelung vertiefter, eigener Kenntnisse soll die Qualität der Objekte beider Sammlungen sehr geschwankt haben, obgleich zumindest Hitler von den führenden Museumskuratoren des Reiches beraten wurde (SEWELL: 18.04.2000).

¹¹⁰⁵ HAASE (2000): 15ff. Die Eröffnung war für den 12. Januar 1953, Görings 60. Geburtstag, geplant (MARTENS (1999): 118).

¹¹⁰⁶ FREHNER (1998): 83; AKISHA/KOZLOV (1995): 43, 72; AALDERS (2000): 85ff.; VOLKERT (2000): 63ff. Zur Besatzungspolitik in Frankreich und der Sowjetunion vgl. HEUSS (2000). Den Umfang dieser Raubzüge zeigt ein Bericht des Bundesfinanzministeriums aus dem Jahr 1969, welcher 20.083 Kunstgegenstände aus ehemaligem Reichsbesitz aufführt, die von den damaligen Machthabern zwischen 1933 und 1945 geraubt und in Staatsbesitz, d. h. in staatliche Sammlungen überführt worden waren (KURZ (1989): 395).

¹¹⁰⁷ NICHOLAS (1997): 207f.; FELICIANO (1998): 127f.

¹¹⁰⁸ Diese Rechtsfolge liegt in dem Umstand begründet, dass der alliierte Kontrollrat 1945 das Einziehungsgesetz vom 31.05.1938 nicht aufgehoben, sondern als wirksame Rechtsgrundlage anerkannt hat.

erteilt.¹¹⁰⁹ Bei der Rückführung geraubter Kunstwerke wurden diese von den Alliierten in aller Regel nicht an Privatpersonen, sondern an Staaten zurückübereignet.¹¹¹⁰ Werke, die nicht zurückgeführt werden konnten, verblieben in Deutschland und wurden an staatliche Museen übergeben, wo sie als „Leihgaben der Bundesrepublik Deutschland“ aufbewahrt werden.¹¹¹¹

Zum Ende des 20. Jahrhunderts hat sich das öffentliche Interesse am Themenkomplex Raubkunst verstärkt; ebenso hat sich die Zahl der Restitutionsansprüche erhöht. Die Gründe für diese Entwicklung sind vielfältig. Zunächst wurden nach Ablauf von Sperrfristen viele Archive der Öffentlichkeit zugänglich gemacht und ermöglichten umfangreiche Recherchen.¹¹¹² Hinzu kommen die Archive des ehemaligen Ostblocks, von denen der Großteil vor 1990 ebenfalls nicht zugänglich war.¹¹¹³ Das neue Medium Internet beschleunigte zudem die Verbreitung von relevanten Informationen. Auch geht die Erbgeneration ohne die Erinnerungen an die Schrecken dieser Epoche die Lösung dieser Fragen teilweise unbefangener und zielstrebig an.

Außerdem tauchten nach der Öffnung der ehemals kommunistischen Staaten verstärkt verlorengelaubte Kunstwerke in Ausstellungen oder auf dem Kunstmarkt auf.¹¹¹⁴ Zahllose Publikationen untersuchten den Kunstraub im Dritten Reich; als Basiswerke erwiesen sich Lynn Nicholas 1995 publiziertes Buch „Rape of Europa“ sowie Hector Felicianos Bericht über die Konfiszierungen in Frankreich, „The Lost Museum“.¹¹¹⁵ In der Folge stieg nicht nur das öffentliche Interesse, es wuchs auch der Druck auf Institutionen, über ihre Rolle im Dritten Reich und ihren späteren Umgang mit geraubten Objekten Rechenschaft abzulegen. Nicht zuletzt verschärfte der 50. Jahrestag der Befreiung vom Naziregime durch die Alliierten das Bewusstsein, Kriegsunrecht endlich zu beseitigen.¹¹¹⁶

¹¹⁰⁹ MEYSELS: 19.02.1999.

¹¹¹⁰ NICHOLAS (1997): 538.

¹¹¹¹ CHRISTMANN: 11/2003.

¹¹¹² DOBBS: 22.05.2000.

¹¹¹³ PLANTA: 18.12.1999.

¹¹¹⁴ DOBBS: 22.05.2000.

¹¹¹⁵ Vgl. NICHOLAS (1997; zitiert wurde die deutsche Ausgabe) und FELICIANO (1985).

¹¹¹⁶ GRANT: 22.05.2000.

Auf einer internationalen Konferenz in Washington zum Umgang mit „Holocaust-Era Looted Assets“ im Dezember 1998 wurden die Handlungsgrundsätze „Offenlegung und Rückübereignung“ festgelegt.¹¹¹⁷ Im Vorfeld wurde vom Jüdischen Weltkongress eine Liste veröffentlicht, die auf Aufzeichnungen des US-Geheimdienstes der unmittelbaren Nachkriegszeit beruhte und die weltweiten Verflechtungen von Sammlern und Museen mit dem Handel mit Beutekunst offen legte.¹¹¹⁸

Die betroffenen Staaten gehen höchst unterschiedlich mit dieser Erblast um. Ganz generell gilt seit der Einrichtung des nationalen Museums im Louvre 1793 die Erforschung der eigenen Sammlung als Hauptaufgabe der Museen – was die Provenienzforschung an sich einschließt.¹¹¹⁹ Während zumindest in der BRD kurz nach dem Krieg die öffentlichen Sammlungen auf Raubkunst hin untersucht wurden, wurde eine derartige Überprüfung westeuropäischer und amerikanischer Museen in der unmittelbaren Nachkriegszeit jedoch nicht vorgenommen – von den Staaten des Ostblocks ganz abgesehen.

In Österreich wurde 1996 ein separierter Bestand, der einerseits als Beutekunst identifiziert, dessen Eigentümer andererseits aber nicht mehr ermittelt werden konnten, zu Gunsten jüdischer Organisationen zur Unterstützung von Holocaust-Überlebenden versteigert – die erste Auktion mit restituierten Objekten überhaupt.¹¹²⁰ Durch diese Auktion sensibilisiert und durch eine Parlamentsanfrage unter Druck gesetzt, entschied die Österreichische Bundesregierung im Februar 1999, alle Stücke, die in den Nachkriegsjahren den Eigentümern abgepresst worden waren und sich in Bundesmuseen befanden, an diese oder deren Nachkommen zurückzugeben.¹¹²¹ Zudem wurde schon 1998 ein Bundesgesetz verabschiedet, das die Museen mit den

¹¹¹⁷ AUTHERS/WOLFFE: 05.12.1998; LIPPMAN: 05.12.1998.

¹¹¹⁸ HERMS DRATH: 27./28.11.1998.

¹¹¹⁹ SCHNEEDE (2000): 9; WECHSLER/COATE-SAAL/LUKAVIC (2001): XVIII; HAUG: 07/2002.

¹¹²⁰ Es handelte sich um rund 18.000 Neuzugänge in den österreichischen Museen in den Jahren 1938 bis 1945. Diese „Mauerbach-Auktion“ wurde am 29. und 30.10.1996 von Christie's in Wien abgehalten und erlöste US\$ 14,57 Millionen (WEINZIERL: 01.11.1996; PETSCH: 15.04.1999).

¹¹²¹ GREGORY: 15.11.2003.

zur Provenienzforschung benötigten Sondermitteln ausstattet.¹¹²² Diese Vorgehensweise galt als Modell für die anderen europäischen Länder.¹¹²³

In den Niederlanden wurden unter der Federführung des Amsterdamer Reichsmuseums die Bestände der über 400 staatlichen Museen überprüft; die dort eingesetzte Ethikkommission hat tatsächlich die Weisungsbefugnis, Kunstwerke an Erben zu restituieren.¹¹²⁴ Ein im Jahr 2000 publizierter Abschlußbericht wies nach, dass sich in 10 Museen Werke befanden, die während des Zweiten Weltkriegs von der deutschen Besatzungsmacht konfisziert und dem Museum übereignet wurden.¹¹²⁵ In Großbritannien haben die Recherchen in der National Gallery bereits im März 1999 begonnen, die Tate Gallery, das Victoria & Albert-Museum und weitere Institutionen folgten im selben Jahr.¹¹²⁶ Eine pauschale Entschädigung des Vereinigten Königreiches an die Jüdische Gemeinde wurde vom „Spoliation Advisory Panel“, einer staatlich eingesetzten Kommission aus Historikern und Anwälten, zwar diskutiert, aber aufgrund der Schwierigkeiten bei der Wertzumessung letztlich abgelehnt.¹¹²⁷ In Frankreich wurden die Bestände der staatlichen Nationalmuseen ebenfalls von einer Ethikkommission untersucht.¹¹²⁸ Die Schweiz hat nach zahlreichen Schlagzeilen über „Nazi-Gold“ auf Nummernkonten im Jahr 1996 eine „Unabhängige Expertenkommission Schweiz – Zweiter Weltkrieg (UEK)“ ins Leben gerufen, welche auch die Rolle der Schweiz als Umschlagplatz von Raubkunst beleuchtet hat.¹¹²⁹ In den USA betreibt seit der Konferenz in Washington nahezu jedes Museum eigene Provenienzforschung.¹¹³⁰

¹¹²² REININGHAUS: 01/2001; HERSTATT: 01./02.03.2002.

¹¹²³ ERBSLÖH: 27./28.11.1998. Hubertus Czernin kritisiert, dass der Staat sogar noch in dieser Phase der Rückführungsbestrebungen nur tätig wurde, wenn er durch Hinweise oder Veröffentlichungen unter Druck geriet (CZERNIN (1999): 469).

¹¹²⁴ Vormals Ekkart-, später Pollak-Kommission (TASCH: 22.07.2002); vgl. KOLDEHOFF: 04/2004.

¹¹²⁵ SCHWEIGHÖFER: 04/2000-2.

¹¹²⁶ BLOM: 22.03.1999; COSTELLO: 29.02.2000; REYNOLDS: 01.03.2000. Vor allem die National Gallery sieht sich mit dem Problem konfrontiert, dass mit der zunehmenden Zahl von Berichten in den Medien die Zahl der Restitutionsanfragen beim Museum selbst ansteigt; man vermerkt hierbei eine auffällige Konzentration auf die Bilder, welche bei den Besuchern besonders beliebt sind (SEWELL: 29.02.2000; STRINGER: 29.02.2000).

¹¹²⁷ ALBERGE: 18.02.2000; REYNOLDS: 18.02.2000; MORETON: 20.02.2000; ROSSER: 25.02.2000.

¹¹²⁸ Commission Drai (TASCH: 22.09.2002).

¹¹²⁹ DITTMAR: 27.07.2002-2; zum Transfer von Kulturgut über die Schweiz vgl. FRANCINI/KREIS/HEUSS (2002).

¹¹³⁰ STEIN (2002): 355.

In Deutschland haben die Museen in München, Berlin, Köln, Stuttgart, Dresden, Leipzig und Hamburg nach einer gemeinsamen Erklärung des Bundes und der Länder, der sogenannten „Handreichung“, begonnen, ihrer dort angemahnten Pflicht zur Überprüfung ihrer Bestände auf NS-verfolgungsbedingt eingezogenes Kulturgut nachzukommen.¹¹³¹ In Projekten mit befristeten Arbeitsverträgen wird Provenienzforschung betrieben; nicht die Suche des Eigentümers nach seinen Bildern, sondern der umgekehrte Weg soll thematisiert werden.¹¹³² Viele Zeitverträge sind jedoch nach wenigen Jahren ausgelaufen und wurden nicht verlängert; lediglich in Dresden hat sich ein Pilotprojekt als Anlaufstelle für alle sächsischen Museen etabliert.¹¹³³ Lediglich private Mittel werden nach wie vor gestellt, was zu einer starken Privatisierung des Vorganges führt.¹¹³⁴ Mit der Erkenntnis, dass zur Provenienzforschung Austausch und Vernetzung besonders wichtig sind, haben sich Veranstaltungen und Konferenzen etabliert, welche den Informationsaustausch beschleunigen sollen.¹¹³⁵

Quellen dieser Provenienzforschung sind einerseits die Kunstwerke an sich mit ihren Beschriftungen, Stempeln oder Schildern, zudem Sammlungsinventare, Objektdokumentationen, Korrespondenzen, Photographien, sowie öffentliche Archive. Hinzu kommen Künstlermonographien, Werkverzeichnisse, Ausstellungs-

¹¹³¹ „Handreichung vom Februar 2001 zur Umsetzung der ‘Erklärung der Bundesregierung, der Länder und der kommunalen Spitzenverbände zur Auffindung und zur Rückgabe NS-verfolgungsbedingt entzogenen Kulturguts, insbesondere aus jüdischem Besitz’ vom Dezember 1999“, publiziert vom Beauftragten der Bundesregierung für Angelegenheiten der Kultur und Medien, Berlin 2001; HERSTATT: 19.07.2001; DITTMAR: 09/2002; SCHIRRMEISTER: 18.02.2003.

¹¹³² HECHT: 02/2000; BLUMENTHAL: 27.02.2003; ZUR MÜHLEN: 06/2003. Selbstredend werden die Provenienzforscher auch zur Klärung von an die Museen herangetragenen Ansprüche eingesetzt; nach wie vor werden verlorene Bilder von externen Forschern und Journalisten in Deutschen Museen identifiziert (REINIGHAUS: 02/2004; vgl. LILLIE (2003)).

¹¹³³ Die anderen Museen arbeiten nur noch reaktiv zur Klärung von Restitutionsansprüchen (TASCH: 21.08.2001; KOLDEHOFF: 10.07.2003; HECHT: 09/2003).

¹¹³⁴ So wird die Provenienzforschung an den Kölner Museen von der Oppenheim Stiftung finanziert; die „Commission for Art Recovery“, eine Unterorganisation des „World Jewish Congress“, finanziert die Übersetzung und Illustration des deutschen Internetregisters lostart.de (TASCH: 29.02.2000).

¹¹³⁵ So z. B. das Symposium „Ansprüche auf Rückgabe geraubter Kunst“ des Genfer Zentrums für Kunstrecht in 2000, das im Jahr 2001 vom Kölner Wallraf-Richartz-Museum durchgeführte Kolloquium „Museen im Zwielficht – Ankaufspolitik 1933-1945“ oder die Fachtagung der Hamburger Kunsthalle „Die eigene Geschichte“ in 2002 (SCHULTZ: 17./18.11.2000; KOLDEHOFF: 08/2001; STADEL: 05.01.2002). Zudem existiert seit 1998 in Österreich, seit 2000 in Deutschland ein Arbeitskreis der Provenienzforscher (ESTEROW: 02/2003; STROBL: 26.06.2003).

und Auktionskataloge, Zeitungen und Zeitschriften, Internetdatenbanken und auch Zeitzeugen.¹¹³⁶

4.4.2 Rechtsgrundlagen

Im Vordergrund der Auseinandersetzungen um geraubte Kunstwerke steht dabei die Frage nach dem rechtmäßigen Eigentum. Diese Untersuchung muss aufgrund von Kriegszerstörungen und –verlusten und bereits verstorbenen Zeugen den Umstand akzeptieren, dass die Rechtsfolgen auf zuweilen lediglich rudimentär aufklärbaren Sachverhalten beruhen - der Restitutionsanspruch ist leichter durchsetzbar, wenn die Sammlung gut dokumentiert ist.¹¹³⁷ Die seither abgelaufene Zeitspanne hat jedoch nicht nur Sperren für Archive aufgehoben, sondern auch Verjährungsfristen ablaufen lassen.

Restitutionsverfahren sind in aller Regel international: Entweder haben die Kunstwerke oder aber die Eigentümer eine internationale Odyssee überlebt. Im internationalen Privatrecht wird zunächst immer das Recht des Staates angewendet, in welchem sich die Sache selbst befindet (*lex rei sitae*).¹¹³⁸ Hat jedoch der Vorgang, welcher untersucht werden soll, in einem anderen Staat stattgefunden, so ist dessen Rechtsordnung maßgeblich. Über die Untersuchung dieser Umstände hinaus allerdings führt die Verbringung der Sache in einen anderen Staat zu einem sogenannten Statutenwechsel, so dass sich weitere Rechtsfolgen wiederum nach den Gesetzen des Belegenheitsortes richten.¹¹³⁹ Weiteren Spielraum bei der Zuordnung von Sachverhalten zu einer nationalen Rechtsordnung hat die Justiz durch das Rechtsinstitut der „*Ordre Public*“ – gewissermaßen eine zum Rechtsinstitut erhobene

¹¹³⁶ Zu Internetdatenbanken vgl. 4.4.2.1 – *Gutgläubiger Erwerb*. Durch den Terrorangriff auf das New Yorker World Trade Center am 11. September 2001 wurde mit dem in direkter Nachbarschaft befindliche Archiv der US-Zollbehörde eine wichtige Sammelstelle für Raubkunst- und Restitutionsinformationen zerstört (THON: 11/2001).

¹¹³⁷ HASTINGS/MILNER: 20.02.2000. Ohne unterscheiden zu können, was Ursache und was Wirkung ist, aber Sammlungen der ersten Hälfte des 20. Jh. und ihre Geschichte sind ganz generell ins Blickfeld des Interesses gerückt – vgl. die Dokumentation *Hamburger Sammlungen vor 1933* (SCHNEEDE/LUCKARDT (2001)) oder auch die Dokumentationen *Berliner „Lebenswelten“* und *Sammlerwohnungen wie BAUHAUS-ARCHIV U. A.* (1996) bzw. KAUFHOLD (1999).

¹¹³⁸ JAYME (1999): 171; HOFFMANN (2002): 473ff.

¹¹³⁹ HOFFMANN (2002): 282.

Vorstellung des gesunden Menschenverstandes im Rechtsbereich.¹¹⁴⁰ Insgesamt ist festzustellen, dass Gerichte mit Verfahren jüdischer Vorbesitzer und Eigentümer oder deren Erben sehr sensibel umgehen; insbesondere die US-amerikanische Rechtsprechung ist dabei nachweislich von dem Bestreben geleitet, geraubte Kunstwerke jüdischen Vorbesitzern oder deren Erben zurückzugeben.

4.4.2.1 Gutgläubiger Erwerb

Ganz generell muss festgestellt werden, dass alle Rechtssysteme Lücken aufweisen, sobald in einem einzelnen Staat gutgläubig Eigentum an geraubten Objekten erworben werden kann; d. h. ein Käufer kann unter bestimmten Umständen einwand- und einredefreier Eigentümer einer geraubten Sache werden. Hierbei hat der Käufer allerdings gewisse Sorgfaltspflichten; beim Erwerb von Kunstwerken muss sich der Käufer beispielsweise nach der Herkunft erkundigen und die Provenienz anhand von Kaufverträgen, Zoll- oder Versicherungspapieren oder Speditionsrechnungen überprüfen.

Diese Anforderungen sind umso höher anzusiedeln, je professioneller der Käufer am Kunstmarkt teilnimmt – Händler und Museen sind verpflichtet, bei konkreten Verdachtsmomenten auch weitergehende Nachforschungen anzustellen. Schon im Februar 1998 hatten sich aus diesem Grund 175 in der Association of Art Museums Directors (AAMD) zusammengeschlossene Museumsdirektoren in einer gemeinsamen Erklärung zur freiwilligen Durchsicht ihrer Bestände verpflichtet.¹¹⁴¹ Auch die zur Verhütung von Handel mit Raubkunst 1995 in Rom von Vertretern von 22 Nationen unterzeichnete Konvention Unidroit schreibt den Nachweis des rechtmäßigen Erwerbs und der rechtmäßigen Ausfuhr von Kunstwerken generell vor.¹¹⁴² Aber auch für private Käufer steigt das Niveau der Sorgfaltspflicht, der

¹¹⁴⁰ Nach dem “Ordre Public” entschied der Londoner High Court in einem Verfahren über den Herausgabeanspruch der Stadt Gotha als Alteigentümerin eines Wtewael-Gemäldes, dass deutsches Recht anzuwenden sei (FRANZ: 10/1999; zum Verfahren Stadt Gotha gegen Sotheby’s vgl. CARL/GÜTTLER/SIEHR (2002)).

¹¹⁴¹ MÜLLER-KATZENBURG (1995): 197, 200; CEMBALEST: 2/1999.

¹¹⁴² GRIMM-WEISSERT: 23.10.2001; SEEGER (2002-2): 7f.; HEINICK: 09.02.2002. Vor allem der Umstand, dass der Besitzer des Objekts nachweisen muss, dass es vor bis zu 100 Jahren rechtmäßig erworben wurde, hat allerdings dazu geführt, dass Länder mit wichtigen Kunstmarkt- oder Museumsaktivitäten diese Konvention bislang nicht ratifiziert haben (SCHÜTTE: 05/1997; HEINICK: 21.04.2001; GERST: 22.12.2001).

sogenannten „due diligence“, stetig an.¹¹⁴³ Recherchehilfe findet der Erwerber (wie auch der Provenienzforscher) bei Internetdatenbanken wie dem Art Loss Register bei Interpol oder www.lostart.de, der Datenbank der Koordinierungsstelle für Kulturgutverluste, welche als gestohlen gemeldete Kunstwerke aufnehmen und publizieren.¹¹⁴⁴ Zur Unterstützung dieser Recherchen publizieren auch zahlreiche Museen ihre Bestände und deren Provenienzen, z. B. in der Datenbank www.nepip.org des amerikanischen Museumsverbandes.¹¹⁴⁵

Ist das Objekt dem Eigentümer abhanden gekommen, z. B. durch Diebstahl oder Unterschlagung, dann ist ein späterer gutgläubiger Erwerb in vielen Rechtsordnungen im Regelfall ausgeschlossen. Da die Reichsgesetze, die dem Naziregime als Rechtsgrundlage zur Einziehung der Kunstwerke dienten, entweder schon zur Zeit ihrer Geltung Unrecht und damit nichtig waren¹¹⁴⁶ oder aber von der heutigen Rechtsprechung als materiellrechtlich unwirksam angesehen werden,¹¹⁴⁷ liegt an sich ein Abhandenkommen im Sinne der jeweiligen Gesetze vor.¹¹⁴⁸

Jedoch sehen die Rechtsordnungen mehrerer Staaten unter bestimmten Bedingungen als Ausnahmetatbestände auch einen gutgläubigen Erwerb von abhanden gekommenen Sachen vor: Dies ist möglich in Italien,¹¹⁴⁹ der Schweiz,¹¹⁵⁰ und auch in Deutschland, z. B. durch Ersteigern auf einer öffentlichen Auktion oder durch

¹¹⁴³ KRUSCH: 27.03.2000.

¹¹⁴⁴ SEEGER (2002-3): 203f.; BOYES: 08.04.2000; SOMMER: 11/2000; BODENSTEIN: 25.04.2001; MÜHLEIS: 23.11.2001; Franz: 01/2002 m.w.N. Interpol publiziert eine CD-ROM aller als gestohlen gemeldeten Kunstwerke (d.h. über Raubkunstobjekte hinaus), welche alle 2 Monate erneuert wird und als Abonnement bezogen werden kann (HEINICK: 06.11.1999; KOLDEHOFF: 02/2000-2). In Italien werden gestohlene Kunstwerke im Fernsehen gezeigt: Unter dem Titel „Deleted“ wird täglich ein Gegenstand in einem 90-Sekunden-Spot auf 6 Kanälen gezeigt. Das Kunstwerk wechselt nach 7 Tagen (IMWINKELRIED: 09/2001).

¹¹⁴⁵ CHRISTMANN: 11/2003.

¹¹⁴⁶ So die Gesetze über die „Anmeldung jüdischen Vermögens“, „Verordnungen zur Einziehung“ dieser Vermögen oder zur „Liquidierung jüdischer Geschäfte“ (HEUER: 3/1999; vgl. BGHZ 10, 340ff.).

¹¹⁴⁷ So das „Gesetz über die Einziehung von Erzeugnissen entarteter Kunst“, welches zwar formell rechtskräftig war, dessen materiellrechtliche Geltung aber aufgrund seiner Widersprüchlichkeit zur Weimarer Reichsverfassung und dem Grundgesetz von Rechtsprechung und Lehre abgelehnt wird (KUNZE (2000): 67ff.; Heuer: 3/1999 m.w.N.).

¹¹⁴⁸ In Deutschland gem. §935 Abs. 1 BGB.

¹¹⁴⁹ Artikel 1153–1155 des Codice Civile (JÜRGENSEN: 17.05.2003).

¹¹⁵⁰ In der Schweiz unterscheidet man zwischen „Raubkunst“, welche in Deutschland im Dritten Reich verkauft wurde, und „Fluchtkunst“, welche von ihren Besitzern im Ausland verkauft wurde. Allerdings ist hier jeder Anspruch verjährt, der nicht vor 1948 reklamiert wurde, um die Gutgläubigkeit des neuen Käufers zu schützen (EHRET: 01/2002).

Ersitzung nach einem gesetzlich festgelegten Zeitraum.¹¹⁵¹ Im Falle der öffentlichen Auktion liegen auch die Ansprüche an die Sorgfaltspflicht niedriger; hat der Auktionator die ihm zur Verfügung stehenden Informationsmöglichkeiten ausgeschöpft, kann von Bösgläubigkeit nur ausgegangen werden, wenn konkrete Verdachtsmomente vorliegen oder der Käufer nachweislich wusste, dass der Verkäufer nicht Eigentümer ist. Hat der Käufer wirksam und gutgläubig Eigentum erworben, kann er dieses wirksam übertragen – und zwar auch in Staaten, deren Rechtsordnung an sich keinen gutgläubigen Erwerb von abhanden gekommenen Sachen kennt.

4.4.2.2 Verjährung und andere Einwände

Ist das Objekt dem Alteigentümer im Sinne des Gesetzes abhanden gekommen und hat kein folgender Besitzer gutgläubig Eigentum daran erworben, so haben die Erben des Alteigentümers einen Herausgabeanspruch gegen den heutigen Besitzer des Kunstwerks. Der wichtigste Hinderungsgrund, einen derartigen Anspruch aus Eigentum durchzusetzen, ist die Verjährung. Diese beginnt mit dem Zeitpunkt, zu dem eine Durchsetzung des Anspruchs möglich gewesen wäre, d.h. im Falle von Raubkunst mit der Ablösung des Nazi-Regimes durch die Regierung der Siegermächte. In Deutschland ist das Herausgaberecht aus Eigentum daher nach 30 Jahren verjährt, regelmäßig also spätestens 1985.¹¹⁵²

Allerdings gibt es auch Staaten, deren Rechtsordnungen keine Verjährung des Herausgabeanspruchs aus Eigentum kennen, z. B. die USA, Österreich und die Schweiz.¹¹⁵³ In England gilt dies zumindest dann, wenn sich der Anspruch gegen einen bösgläubigen Erwerber richtet. In den meisten Restitutionsfällen wird allerdings

¹¹⁵¹ BLEYL: 15.11.2003. Dies sind die beiden Fälle, in denen das deutsche Recht gutgläubigen Erwerb einer abhanden gekommenen Sache kennt: Durch Ersteigerung auf einer öffentlichen Auktion eines öffentlich bestellten und vereidigten Auktionators (§935 BGB, vgl. 3.3.3 – *Kunstmarktrecht am Beispiel Deutschlands*) oder durch Ersitzung nach 10 Jahren (§937 BGB).

¹¹⁵² Gem. § 195 Absatz 1 Satz 1 BGB, welcher seit der Schuldrechtsreform 2001 die Verjährungsfrist eindeutig auch auf Ansprüche aus Eigentum bezieht (HEUER: 3/1999; MÜLLER- KATZENBURG: 06/2001). In Ausnahmefällen haben Gerichte entschieden, dass die Verjährungsfrist nur dann gelte, wenn der Eigentümer das Eigentum durch Rechtsnachfolge erlangt hat; hiermit wollte man einen späteren Besitzübergang durch Raub, Diebstahl, Unterschlagung etc. nicht durch die rechtsstiftende Wirkung des §197 BGB legitimieren. Konkret bedeutet dies, dass im Falle einer späteren Straftat die Verjährungsfrist erneut beginnt (PLEHWE: 03/2001).

¹¹⁵³ MÜLLER-KATZENBURG: 20.10.2001.

auf die Geltung von deutschem Recht erkannt, weil das streitige Objekt sich zum Zeitpunkt der Tat im Bereich des Deutschen Reichs befand. Daher sind dann einerseits die abweichenden Regelungen anderer Vorschriften irrelevant, andererseits die Herausgabeansprüche der Alteigentümer und ihrer Erben verjährt.¹¹⁵⁴

Da auf dieser Grundlage selten befriedigende Lösungen zu erzielen sind, welche abseits von der Ablehnung des Herausgabeanspruchs oder seiner Stattgebung die besondere Situation berücksichtigen, wurden in England, den Niederlanden und Deutschland Ethikkommissionen eingerichtet.¹¹⁵⁵ Diese haben die Rolle einer unabhängigen Schiedsstelle und sollen in Streitfällen differenzierte Einzelfalllösungen finden.¹¹⁵⁶ Besonders im Falle von staatlichen Museen als aktuellen Besitzern von geraubten Kunstwerken, aber auch darüber hinaus ist ein internationales Bemühen erkennbar, auch im Falle von Verjährung eine moralisch-ethische Restitutionspflicht anzuerkennen.

4.4.3 Auswirkungen auf den Kunstmarkt

Restitutionsverfahren haben die Vermittlung von Kunstwerken um eine weitere Facette bereichert: Jedes Angebot eines herausragenden Stückes birgt theoretisch das Risiko in sich, dass ein Alteigentümer nach Publikation des Werkes, häufig in einem Auktionskatalog, Ansprüche darauf anmeldet. Selbst wenn diese Ansprüche nicht durchgesetzt werden können, bedeuten derartige Verfahren eine große Zeitverzögerung und vor allem negative Berichterstattung, da man als Kunstvermittler leicht mit dem Image des ruchlosen Kunstverschiebers versehen wird, der auf Rechtspositionen oder moralische Ansprüche keine Rücksicht nimmt. Zudem können Besitz und Angebot eines geraubten Objektes als Hehlerei geahndet werden.¹¹⁵⁷

¹¹⁵⁴ STADEL: 19.01.2001; JAYME: 13.07.2001. Ist dies nicht der Fall, weil sich das Objekt zum Zeitpunkt der Tat z. B. auf österreichischem Boden befunden hat, so kann der heutige Besitzer dem Alteigentümer den Einwand der Präklusion entgegenhalten, da dieser seinen Anspruch nicht innerhalb der gesetzlichen Fristen geltend gemacht hat.

¹¹⁵⁵ TASCH: 22.07.2002.

¹¹⁵⁶ FÖDERL-SCHMID: 09.05.2001; MAAK: 22.05.2003; ARIS: 15.07.2003; HECHT: 09/2003.

¹¹⁵⁷ PLANTA: 15.04.2000; BREMNER: 17.05.2001; HEINICK: 04.08.2001-2. War dem Händler oder Auktionshaus zum Zeitpunkt der Vermittlung die fragwürdige Provenienz bekannt, kann dies sogar zu einer Schadenersatzverpflichtung führen, wenn der Käufer aufgrund einer erfolgreichen Restitutionsklage das Werk an den Alteigentümer herausgeben muss (DITTMAR: 11/1999).

Daher haben am Kunstmarkt beteiligte Unternehmen Mechanismen geschaffen, um ihnen angebotene Werke zu überprüfen, da es oberste Priorität des Angebots ist, dass keines der offerierten Objekte Gegenstand einer Restitutionsklage ist oder werden könnte – die großen Auktionshäuser sogar mit eigenen Restitutionsabteilungen.¹¹⁵⁸ Zunächst wird jedes Objekt mit den zur Verfügung stehenden Datenbanken verglichen. Die Anforderungen, die an die Sorgfalt des Händlers oder Auktionshauses gestellt werden, um die Herkunft eines Objektes zu überprüfen, sind seit der Washingtoner Konferenz 1998 stark gestiegen – nur der Abgleich mit Internetdatenbanken wird schon nicht mehr als ausreichend angesehen.¹¹⁵⁹ Zeigen diese Listen keine Meldung an, wird die bekannte Provenienz auf Lücken untersucht.¹¹⁶⁰ Zudem gibt es Listen mit Namen von Personen, welche nachgewiesenermaßen in die Einziehungsvorgänge während des Dritten Reiches verstrickt waren.¹¹⁶¹

Stellt sich heraus, dass die Provenienz des besagten Stücks tatsächlich eine Lücke oder eine Verbindung mit einem stigmatisierten Namen aufweist, so muss untersucht werden, wie das Kunstwerk abhanden kam – die Lücke selbst indiziert zwar einen Raub, beweist ihn aber nicht.¹¹⁶² Wurde es geraubt oder verkauft? War der Verkauf ein Notverkauf, weil man Geld brauchte, oder war man zum Verkauf gezwungen worden?¹¹⁶³ Zuletzt ist zu überprüfen, ob ein Mitglied der Familie schon einen Restitutionsantrag gestellt hat, womöglich in der Nachkriegszeit, und schon für den Verlust entschädigt worden war. Handelt es sich tatsächlich um Raubkunst und ist der Verlust bislang nicht ausgeglichen worden, ist zu untersuchen, ob es in der Kette von späteren Eigentumsübergängen einen gutgläubigen Erwerb gegeben hat.¹¹⁶⁴ Alle

¹¹⁵⁸ RUMBLER/TASCH (2002): 196; HERSTATT: 22.05.2003.

¹¹⁵⁹ HEINICK: 04.08.2001-2; GREGORY: 01.03.2003.

¹¹⁶⁰ ALBERGE: 01.03.2000.

¹¹⁶¹ Verfügbar sind auch „Übersetzungslisten“ mit Namen, die deutsche Immigranten nach der Auswanderung z. B. nach Israel angenommen haben.

¹¹⁶² DORMENT: 01.03.2000; FEILCHENFELDT: 14/2000.

¹¹⁶³ Wurde in einer Auktion zwischen 1933 und 1945 jüdisches Gut angeboten, gilt sie als Zwangsauktion (SCHWEIGHÖFER: 02/2000).

¹¹⁶⁴ Im Falle einer früheren Restitution kann es trotzdem einen Anspruch des Alteigentümers geben: Nach dem Krieg wurden Kunstwerke ausländischer Eigentümer vom deutschen Staat an den Staat restituiert, dessen Bürger der Alteigentümer war. Einige Staaten haben die restituierten Werke nicht an die Alteigentümer zurückübereignet, sondern in staatliche Sammlungen integriert und sind heute Klagegegner der Alteigentümer und deren Erben (TASCH: 22.07.2002).

diese Untersuchungen dauern lang und sind teuer; eine umfangreiche Recherche lohnt sich für Händler und Auktionshäuser daher nur bei wertvollen Objekten.¹¹⁶⁵

Lässt sich nach all diesen Recherchen der Restitutionsanspruch aufrechterhalten und befindet sich das Werk in Privatbesitz, so kann der Händler oder das Auktionshaus auf Wunsch des Besitzers diesen mit dem Alteigentümer zusammenbringen.¹¹⁶⁶ Die beiden Parteien haben dann die Möglichkeit, einen Vertrag zu schließen, der die Verwertung des Stückes und die Quote zur Aufteilung des Erlöses regelt.¹¹⁶⁷ Die durch die Provenienzforschung gewonnenen Informationen werden als Nachweis der Rechtmäßigkeit im Auktionskatalog abgedruckt.¹¹⁶⁸

Der große Vorteil der Auktionshäuser in diesem Prozess ist, dass nach der Natur der Auktion das Unternehmen kein Eigentum an den zu vermittelnden Objekten erwirbt, sondern ein unabhängiger Vermittler zwischen Verkäufer und Käufer bleibt. Daher ist es für das Auktionshaus unerheblich, welche der Streitparteien Eigentümerin des Objekts ist. Der Händler hingegen kauft Kunstwerke an und ist damit selbst der Verkäufer, gegen den sich nach der Veröffentlichung des Stückes der Herausgabeanspruch des Alteigentümers richtet. Gerade die Öffentlichkeit der Auktion wird daher in den Medien als geeignetes Mittel zur Aufklärung von Kunstraub angesehen.¹¹⁶⁹

Parallel zur Provenienzforschung durch staatliche Museen hat sich mit der Provenienzforschung ein typisches Betätigungsfeld für Kunstdetektive eröffnet.¹¹⁷⁰ Diese ermitteln gegen ein Erfolgshonorar von 10% bis 50% des Verkaufserlöses den Verbleib von Kunstwerken und versuchen, die Rückführung durchzusetzen. Erfolgt keine Restitution, muss der Fahnder seine Unkosten selbst tragen - dies bedeutet ein sehr hohes Risiko, was manche offensive Handlung, teilweise unter Einbeziehung der

¹¹⁶⁵ TASCH: 21.08.2001.

¹¹⁶⁶ TASCH: 21.08.2001. Gibt es mehrere Enteignungen, so wird an das erste Opfer restituiert (TASCH: 29.02.2000).

¹¹⁶⁷ HECKMANN: 30.07.2000; THIBAUT: 30.06.2001.

¹¹⁶⁸ RUMBER/TASCH (2002): 199.

¹¹⁶⁹ MELIKIAN: 03.06.2001.

¹¹⁷⁰ SCHWEIGHÖFER: 06/2000; TASCH: 22.07.2002; vgl. 2.1.4 – Berater, Sachverständige, Detektive.

Presse, erklärt, mit der zuweilen unrechtmäßige Eigentümer unter Druck gesetzt werden sollen.¹¹⁷¹

Alle diese Beispiele beinhalten jeweils den Verkauf des restituierten Kunstwerks. Die hohen Kosten für Recherche, Restitutionsverhandlungen und Gerichtsverfahren ziehen in der Tat nach sich, dass ein Verkauf des Objekts nach erfolgter Restitution unumgänglich wird.¹¹⁷² Zudem handelt es sich bei den Berechtigten meist um Erbgemeinschaften, welche sich mit Verkauf und anschließender Aufteilung des Erlöses auflösen.

Allerdings gibt es für die Auktionshäuser auch eine Kehrseite dieser Entwicklung. Einerseits wird immer häufiger auf die Kooperation der deutschen Auktionshäuser mit dem Naziregime hingewiesen, die wichtiges Element des Raubkunsthands war.¹¹⁷³ Aber auch berühmte Kunsthandlungen müssen damit rechnen, dass das Unternehmen zwischen 1933 und 1945 sich an den Raubzügen der Nazi beteiligt bzw. diese unterstützt hat – wie die Familie Wildenstein, deren Tätigkeiten in Hector Felicianos Buch „The Lost Museum“ ausführlich besprochen werden.¹¹⁷⁴ Andererseits kann der „Raubkunstschatten“ auch im Vorfeld einer Auktion auf ein angebotenes Werk fallen und die Auktion be- oder verhindern, wenn der Alteigentümer Kenntnis vom Verbleib des Stücks erhält und mit juristischen Mitteln gegen einen Verkauf vorgeht. Ein nach einer Auktion erhobener Rückgabeanspruch beeinträchtigt zwar den Gang des Geschäfts nicht mehr, lässt aber ein schlechtes Bild auf die Arbeitsweise eines möglicherweise unzulänglich ermittelnden Hauses fallen. Hat ein Eigentümer Stücke mit ungeklärter Vergangenheit, hinter der er Naziverbrechen vermutet, wird ihn die öffentliche Aufmerksamkeit möglicherweise

¹¹⁷¹ Vgl. KOGELFRANZ/KORTE (1994): 72, 142.

¹¹⁷² D'ARCY: 05.11.2001.

¹¹⁷³ Besonders betroffen war das staatliche Auktionshaus Dorotheum in Wien, welches nicht nur Kunst auktioniert, sondern auch Haushaltsauflösungen abgewickelt und noch in den Nachkriegsjahren „arisiertes Eigentum“ versteigert hat. Ein von Direktor Alfred Karny in Auftrag gegebenes Untersuchungsgutachten wies 1998 diese Vorgänge nach, musste jedoch feststellen, dass wesentliche Teile des Aktenmaterials in den 1970er Jahren vernichtet worden waren (CZERNIN: 16.03.1999; GREGORY: 01.03.2003).

¹¹⁷⁴ KOSSOF: 01.04.2000. Der aktuelle Direktor der Kunsthandlung, Alec Wildenstein, verklagte Feliciano, die Darstellung nicht publizieren zu dürfen und wegen Rufschädigung auf einen Schadensersatz von damals FF 6 Millionen, unterlag aber in zwei Instanzen (KOSSOF: 01.04.2000; HEINICK: 20.05.2000; HEINICK: 27.10.2001-2).

von einem Verkauf abhalten.¹¹⁷⁵ So wird Beutekunst unklarer Provenienz von Experten als unverkäuflich eingestuft.¹¹⁷⁶ In Großbritannien wurde zudem im Juni 1999 erstmals ein Kunsthandelsunternehmen zu Schadensersatz verurteilt, weil es ein Beutekunstwerk über diverse Kanäle und verbundene Händler “waschen” wollte, um es verkaufen zu können. Für den Handel mit Beutekunst sollte dieses Vorbild-Urteil eine Warnung sein.¹¹⁷⁷

Für den Kunstmarkt bieten diese rückübereigneten Kunstwerke oder Sammlungen Ware erster Güte. Einerseits handelt es sich häufig um Stücke hoher Qualität, welche ursprünglich Auslöser des Begehrens war und welche historisch dazu führte, dass diese Objekte dokumentiert wurden (und somit auffindbar waren). Andererseits ist diese Ware natürlich in höchstem Maße “marktfresh”.¹¹⁷⁸ Als weiteren Vorteil ist die Provenienz zu nennen: Entweder steht eine Sammlerpersönlichkeit oder gar -dynastie im Hintergrund, welche diese Objekte ihrerseits aus renommierten Sammlungen übernommen hat. Ein hervorragendes Beispiel ist die von der Republik Österreich an eine Nichte von Alphonse Rothschild restituierte Sammlung Rothschild, die im Jahr 1999 von Christie’s in London verkauft wurde.¹¹⁷⁹

Ist diese Sammlerpersönlichkeit nicht ermittelbar (oder soll der Öffentlichkeit nicht offenbart werden), bleibt der gute Name des Museums, in dessen Sammlung oder Depot die Stücke seit dem Krieg lagerten. Die Tragik des Sammler- und Sammlungsschicksals rundet diese Umstände medienwirksam ab, bewegt mit der aus ihr resultierenden, nicht nur den späteren Käufer befriedigenden Vorstellung der Erfüllung materieller Gerechtigkeit die Öffentlichkeit und erweckt so das Medieninteresse über das der reinen Kunstmarktberichterstattung hinaus. Hinzu kommt, dass restituierte Werke einen weiteren Vorteil für sich verbuchen können,

¹¹⁷⁵ Einschneidender ist diese Entwicklung allerdings für die Ausstellungsmacher, da ebenjene Aufmerksamkeit auch potentielle Leihgeber verschreckt (CEMBALEST: 2/1999), zumal von Seiten der Alteigentümer nicht nur Klage auf Herausgabe, sondern auch Beschlagnahme aus der Ausstellung heraus droht (THORPE: 06.12.1999; LEHNHART: 24.03.2000; VILLINGER: 15.12.2001; THON/CHRISTMANN: 07/2003). Ausstellungsmacher wie Götz Adriani, ehemaliger Leiter der Kunsthalle Tübingen, sehen schon die Frage der Verfügbarkeit der Kunstwerke gegenüber der des Geldes als entscheidender für die Durchführung von Ausstellungen an (FECHTER: 12/1998).

¹¹⁷⁶ PRIESE: 23./24.07.1999.

¹¹⁷⁷ MILLAR: 15.05.1999.

¹¹⁷⁸ PLANTA: 15.04.2000-2.

wenn sie auf den Markt kommen: Es ist bereits gerichtlich festgestellt worden, wer Verfügungsberechtigter ist, die Objekte sind wieder uneingeschränkt marktfähig, und der Käufer erwirbt den „Good Title“, also unanfechtbares Eigentum.¹¹⁸⁰

Weitere Eigenschaften kommen hinzu, welche restituierte Kunstwerke zu geschätzter Ware machen. Die im Rahmen des Restitutionsverfahrens unternommene Provenienzforschung erleichtert die Untersuchung der Authentizität oder weist diese sogar schon nach. Befanden sich die Objekte seit dem Zweiten Weltkrieg in einem Museum, sind sie in aller Regel wissenschaftlich erforscht, häufig restauriert, wurden eher selten bewegt und sind entsprechend in besonders gutem Zustand.¹¹⁸¹

Wie kann man gegen Handel mit geraubter Kunst vorgehen? Auktionshäuser und Kunsthändler schützen die Kenntnis zum einen der Kunst, zum anderen der regelmäßig veröffentlichten Suchlisten. In Italien, wo man das kulturelle Erbe besonders intensiv betreut,¹¹⁸² wurde schon 1969 eine Spezialeinheit der Bundespolizei als Kunstdezernat eingerichtet. Ihre Aufgaben umfassen die Fahndung nach gestohlenen Kunstwerken wie die Recherche nach und Beschlagnahme von Raubkunst im Handel.¹¹⁸³ Hilfreich für Handel und vor allem die Auktionshäuser werden Datenbanken sein, in denen künftig alle Daten, die über die Raubzüge der Nazis bekannt sind, gesammelt werden, wie das „Holocaust Art Research Project (HARP)“, das „Central Registry“ der „Commission for Looted Art in Europe“ und die „Central Database of Looted Art (CEDOLA)“.¹¹⁸⁴

Fazit zu **4.4 Raubkunst als Ware**: *Ansprüche von Alteigentümern geraubter Kunstwerke sind heute zumeist verjährt. Eine Rückführung wird daher nur aus moralisch-ethischen Gründen und unter öffentlichem Druck stattfinden. Dies schränkt die Erfolgsaussichten von Ansprüchen gegen Privateigentümer ein, zumal die*

¹¹⁷⁹ MEYSELS: 19.02.1999, CZERNIN: 26.02.1999. Die Auktion war der erfolgreichste „single owner sale“, der je in Europa abgehalten wurde und erlöste insgesamt £ 57,71 Mio. (LOVENBERG: 10.07.1999).

¹¹⁸⁰ TASCH: 21.08.2001.

¹¹⁸¹ TASCH: 29.02.2000.

¹¹⁸² Was sich auch in den Ausfuhrbestimmungen äußert, vgl. 3.3.1 – Zoll, Steuern, Kulturgutschutz.

¹¹⁸³ Arma dei Carabinieri Tutela del Patrimonio Artistico (CLAUSEN: 29./30.01.1999).

¹¹⁸⁴ HERMS DRATH: 27./28.11.1998; TASCH: 22.07.2002.

Erhöhung der Sorgfaltspflicht zur Folge hat, dass kaum ein Werk ohne vorherige Prüfung auf dem Markt erscheint.

Restituierte Werke sind für den Kunstmarkt hochwertige und marktfrische Objekte mit interessanter Provenienz, deren Vermittlung in aller Regel hohes Käufer- wie Medieninteresse geriert. Für die Käufer ist zudem von Bedeutung, dass man garantiert rechtmäßig Eigentum an dem Kunstwerk erwirbt. In der Abwicklung dieser Geschäfte befinden sich allerdings die Auktionshäuser als neutrale Vermittler gegenüber dem Handel klar im Vorteil.

4.5 Fälscher der Kunst

Die Fälschung von Kunst folgt dieser selbst wie ein Schatten. So wie die Subkultur rechtswidriger Auktionspraktiken auf ihre Weise die Anziehungskraft der Auktion als Allokationsmodell unterstreicht, so ist die Fälschung der gehandelten Ware regelmäßig Ausdruck der Erfolgserwartung in dem entsprechenden Marktsegment.

¹¹⁸⁵ Die Entdeckung von Fälschungen liegt im Interesse des Künstlers wegen der uneindeutigen Einmaligkeit und Authentizität seines Werkes sowie im Interesse des Kunstmarktes aus wirtschaftlicher Sicht.¹¹⁸⁶

Von bleibendem Wert ist nur, was zweifelsfrei authentisch ist.¹¹⁸⁷ In einer Zeit, in der der spezifische Charakter des Originals von der Kunst selbst thematisiert und zum Teil in Frage gestellt wird, ist umgekehrt der Anspruch auf Authentizität ausgeprägter denn je. Doch ist diese auch für Experten nicht immer einfach festzustellen; die Stilkritik wie die Naturwissenschaft fungieren dabei als Hilfswissenschaften der Kunstwissenschaft. Werner Fuld, der Chronist der großen Fälschungen, nennt die Experten "reine Spezialisten". Dem großen Wissen dieser Spezialisten steht das große Können der Fälscher gegenüber, was der Umstand, dass zwischen beiden Parteien noch ein Händler steht, noch unübersichtlicher macht.¹¹⁸⁸ Deshalb produzieren

¹¹⁸⁵ DOUDART DE LA GREE (1968): 227. In der Tat ist der Antrieb des Fälschers häufig neben dem Erwerbstrieb die Selbstachtung, nachdem er mit eigenen Werken nicht anerkannt wurde (BLOCH (1976): 10).

¹¹⁸⁶ CHEVALIER/VIEHWEGER: 02/2002; SCHUBERT: 16.03.2002.

¹¹⁸⁷ WOHLGEMUTH: 3/1999.

¹¹⁸⁸ DOUDART DE LA GREE (1968): 227.

geschickte Fälscher genau die „Wahrheiten“, die in die verengte Perspektive der Fachleute passen; der Fälscher ist ein Opportunist par excellence. Der feste Glaube an die eigene Unfehlbarkeit macht die Experten zu den eigentlichen Opfern der Fälscher.¹¹⁸⁹

Hinzu kommt, dass nicht nur die kunstwissenschaftlichen, sondern auch die naturwissenschaftlichen Methoden unter Experten häufig umstritten sind. So werden vor allem Methoden heftig diskutiert, die zur Altersbestimmung mit der Messung von Strahlung arbeiten (C-14- und Thermoluminiszenz-Methode). Kritiker wenden ein, durch das Ionisieren könnte man Objekte derart verstrahlen, dass ihr eigenes Strahlenbild verfälscht würde.¹¹⁹⁰ Das Alter von Metallen, und zwar vor allem der seit der Antike für Skulpturen benutzten Bronze, ist naturwissenschaftlich generell nicht feststellbar – sofern der Gießer eine Legierung verwendet hat, welche in der Epoche, in der verbriefte Originale hergestellt wurden, üblich war.¹¹⁹¹

Ist das Alter des Materials festzustellen, z. B. durch die Messung von Restfeuchtigkeit, bleibt die Frage, wann die Bearbeitung des Materials erfolgte. Relativ leicht sind (nachahmbare) Spuren an Leinwand und Spannrahmen, Nachlassstempel oder Ausstellungsetiketten zu identifizieren. Beim materiellen Bildaufbau hingegen ist dann wiederum der Experte gefragt, der sich mit der technischen Seite der Malerei auskennt, d. h. dem Aufbau des Gemäldes von der Grundierung bis zum Pinselstrich. Technische Hilfsmittel wie die Beschau durch Binokular oder Mikroskop geben Aufschluss über die Pigmentbeschaffenheit; eine Durchleuchtung mit Infrarotlicht zeigt die mittleren Malschichten, die mit Röntgenstrahlen die Grundierung. Skulpturen und zusammengesetzte Objekte werden ebenfalls geröntgt, sofern man nicht sogar eine Computertomographie erstellt.¹¹⁹² Doch der jeweilige Kenntnisstand der Wissenschaft bleibt selbstredend auch dem

¹¹⁸⁹ FULD (1999): 9; HEBBORN (1999): 170.

¹¹⁹⁰ BINANZER: 24.04.2001.

¹¹⁹¹ CZICHOS (2002): 36f.; KROPMANNS: 05/2000. Besonders in Frankreich gab es in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts einen regen Handel mit gefälschten Bronzeskulpturen, der durch ein Gerichtsverfahren in den 1990er Jahren publik gemacht wurde (HEINICK: 12.05.2001).

¹¹⁹² CZICHOS (2002): 14ff.

Fälscher nicht verborgen. Für Kennerschaft gibt es keinen Ersatz; dies gilt für den Fälscher wie für den Wissenschaftler.¹¹⁹³

Man könnte glauben, Fälschungen hätten in erster Linie mit Recht und Gesetz zu tun. Allerdings wird die Bestimmung der Originalität eines Kunstwerks grundsätzlich aus tatsächlicher und nicht rechtlicher Betrachtungsweise vorgenommen, auch vor Gericht.¹¹⁹⁴ Für den - nicht betroffenen - Betrachter sind Fälschungen zudem derart interessant, weil sie Einblicke vermitteln, nicht nur in das Wesen der Kunst, die sie begleiten und kommentieren, auch in das Wesen des Kunstmarktes: Würden Picassos Werke nicht gefälscht, würde dies deren Bedeutung und Marktwert gleichermaßen in Frage stellen.¹¹⁹⁵

Mit dem Zuwachs der Nachfrage und der gleichzeitigen Verknappung der Ware ist ein stetes Ansteigen der Zahlen der entdeckten Fälschungen zu verzeichnen. Schon in den 1950er Jahren stellten Statistiken staatlicher Institute fest, dass rund 60% aller auf dem Antiquitätenmarkt angebotenen Objekte nicht authentisch seien. Heute gehen Fachleute davon aus, dass in einigen Gattungen wie Glas oder Graphiken berühmter Künstler es sich bei mindestens 80%, wenn nicht sogar 90% aller angebotenen Waren um Fälschungen handelt.¹¹⁹⁶ Für den Gesamtmarkt werden Zahlen von 20% des Angebotes genannt.¹¹⁹⁷ Legendär ist die Angabe, von den 3.000 eigenhändigen Werken des französischen Malers Gustave Courbet befänden sich 5.000 in Amerika.¹¹⁹⁸ Nach Einschätzung des Deutschen Bundeskriminalamtes ist der Handel mit Kunstfälschungen seit Beginn der 1990er Jahre der zweitgrößte illegale Markt nach dem Drogenhandel.¹¹⁹⁹

¹¹⁹³ ALTHÖFER (1976): 163. Der bekennende Fälscher Eric Hebborn hat seine Kenntnisse in Form von Arbeitsanleitungen veröffentlicht ("Kunstfälschers Handbuch"). Der Verlag wies in einer Vorbemerkung auf die Strafbarkeit von Kunstfälschung hin (HEBBORN (2003): 4).

¹¹⁹⁴ CHEVALIER/VIEHWEGER: 04/2002

¹¹⁹⁵ ALTHÖFER (1976): 159, 169.

¹¹⁹⁶ MATTHAES (1997): 3; HEBBORN (1999): 182.

¹¹⁹⁷ HUIBERTS/KOOISTRA (2003): 32f.; SCHWEIGHÖFER: 02/2004.

¹¹⁹⁸ FATH: 09/1997. Senada Spika erzählt diese legendäre Geschichte mit 800 Werken von Rembrandt (SPIKA (2001): 43).

¹¹⁹⁹ ISENBERG: 27.04.2000.

4.5.1 Formen der Kunstfälschung

Wesensmerkmal einer Fälschung ist, dass sie nicht oder nicht in dieser Form von der Hand des Urhebers stammt, der genannt oder suggeriert wird – also nicht „original“ ist.¹²⁰⁰ Dies kann der französische Impressionist sein, aber auch der namenlose Biedermeiertischler. „Millionen wurden bezahlt für einen Namen. Aber dieser Name war ich: Ich war Vermeer!“, so der auf Vermeer spezialisierte Fälscher von Altmeistergemälden Han van Meegeren bei seiner Vernehmung vor Gericht 1946.¹²⁰¹

Allerdings werden nicht nur Werke verstorbener Künstler gefälscht, sondern auch solche von Zeitgenossen. Diese Produkte sollten zwar vom vermeintlichen Urheber leicht zu enttarnen sein.¹²⁰² Häufig handelt es sich jedoch um Werke in niedrigeren Preiskategorien, so dass es in aller Regel gar nicht zu einer „Gegenüberstellung“ kommt. Zudem scheuen Künstler häufig Animositäten um ihr Werk.¹²⁰³ Und falls doch der Künstler mit dem Werk konfrontiert wird, kann es passieren, dass seine Erinnerung im Verein mit einer hohen Ausführungsqualität eine eindeutige Zuordnung nicht zulässt.¹²⁰⁴

Die Fälschung bedient zudem der Wünsche des Kunstmarktes. Dies hat zur Folge, dass alte Kunstwerke so gefälscht werden, wie die Zeitgenossen des Fälschers den Künstler verstehen; Zeitgeschmack und Stil verbinden den Fälscher mit seinem zeitgenössischen Rezipienten. Die Fälschung übertrifft insofern das Original um eine einfühlsame Nähe zur Entstehungszeit (der Fälschung). Daher werden viele Fälschungen erst nach einem Generationswechsel erkannt; die nachfolgende Generation ist überrascht, dass die Fälschung so lang unerkant bleiben konnte.¹²⁰⁵

¹²⁰⁰ BERNET/SCHÖNWERTH: 8/1999; CHEVALIER/VIEHWEGER: 02/2002.

¹²⁰¹ DOUDART DE LA GREE (1968): 222.

¹²⁰² IMDAHL: 17.08.2002.

¹²⁰³ IMDAHL: 17.08.2002.

¹²⁰⁴ Auch der umgekehrte Fall kommt vor: Jörg Immendorf wurde vom Bayrischen Landeskriminalamt einem Gemälde gegenübergestellt, welches von seiner Hand stammen sollte. Der Künstler stritt seine Urheberschaft ab. Nachdem der Eigentümer des Bildes den Erstgaleristen eingeschaltet hatte, hielt der Maler Rücksprache mit seinem Assistenten, der sich an die Arbeit erinnerte. Immendorf akzeptierte das Gemälde daraufhin als sein Werk (DANICKE: 06/2002).

¹²⁰⁵ ALTHÖFER (1976): 157.

Eine Kunstfälschung ist entweder eine Komplett- oder eine Verfälschung.¹²⁰⁶ Nicht als Fälschungen im engeren Sinne gelten hingegen die Fälle, in denen authentische Werke mittlerer Qualität durch Zuschreibung an einen berühmten Künstler gutachterlich aufgewertet werden; da das Stück hier *post festum* beurteilt wird, ohne dass es in seiner materiellen Substanz berührt wird, spricht man von subjektiven Verfälschungen.¹²⁰⁷

Häufigste Erscheinungsform ist die identische oder abgewandelte Nachahmung eines Originals zur böswilligen Täuschung¹²⁰⁸. Raffinierter ist dagegen die Kopie eines bestimmten Stils oder einer besonderen Arbeitsweise ohne Übernahme konkreter Werkelemente, aber unter Hinzufügung einer Signatur oder einer Herstellermarke. Dies kann auch in der Kopie eines bestehenden Stückes in einem anderen Material oder aber die Kombination verschiedener Teile im sogenannten *Pasticcio* geschehen.¹²⁰⁹

Von den Fälschungen sind die Verfälschungen abzugrenzen. Hierbei handelt es sich um authentische Kunstwerke, die in der Gegenwart zum Zwecke der Täuschung verändert wurden. Dies kann - z. B. im Rahmen einer Restaurierung - eine Übermalung oder auch eine Ergänzung sein, die sich im Wert des Stücks niederschlägt.¹²¹⁰

Verfälschungen sind nur dann Fälschungen, wenn die Ergänzung den Charakter eines Stückes zur Gänze wandelt und/oder erst den Marktwert begründet, z. B. durch Hinzufügung einer Signatur. Gern werden aus Historismusschränken durch Entfernen der Balusterzier und Ergänzung ebonisierter Pilaster Biedermeierschränke, Biedermeierkleiderschränke werden durch das Ersetzen der Holzfüllungen durch Glas zu Vitrinen. Generell werden Möbel gern mit nach alten Vorbildern nachgegossenen und vergoldeten Beschlägen aufgewertet.¹²¹¹ Weißporzellan wird bemalt und erneut

¹²⁰⁶ ALTHÖFER (1976): 7; IRLE (1997): 9; HOPPE (2001): 35; IMDAHL: 17.08.2002

¹²⁰⁷ BLOCH (1976): 9.

¹²⁰⁸ Strenggenommen ist die Einstufung als Fälschung nur dann vorzunehmen, wenn die böswillige Täuschungsabsicht nachgewiesen werden kann (BLOCH (1976): 7).

¹²⁰⁹ BLOCH (1976): 8; IRLE (1997): 10.

¹²¹⁰ ARNAU (1969): 146.

¹²¹¹ RAUCH: 13/2003. Aber auch nicht verfälschende Restaurierungen können den Marktwert verringern. Überrestaurierte Stücke, denen der Restaurator jede Patina genommen hat, verleugnen ihre

(schwach) gebrannt, Silbergerät und Glas neu graviert oder geschnitten - die Liste ließe sich endlos fortsetzen.¹²¹² Für die Zukunft hält ein mit der (Hand-) Arbeitstechnik eines berühmten Künstlers programmierter Mal- oder Fräscomputer für den Kunsthandel reichlich Überraschungen bereit.¹²¹³

Weitere Beispiele für Verfälschungen sind die Fälschung von Photographien und von Provenienzen. Bei Photos werden von den Originalnegativen neue Abzüge auf altem Papier hergestellt und dann künstlich gealtert. Hierbei handelt es sich – obgleich ein komplett neues Photo entsteht - nicht um Fälschungen. Da es bei Photographien kein Original geben kann, wird die Interpretation des Negativs gefälscht, seine Aura, die Ehrwürdigkeit seines Alters. Das Negativ bleibt jedoch dasselbe.

Dieser „Auraverfälschung“ artverwandt ist die Provenienzfälschung: Ein Stück wird dem Besitz einer berühmten Persönlichkeit zugeschrieben. Die Provenienzfälschung dient entweder der Wertsteigerung oder macht ein Stück erst handelbar, z.B. wenn dies gestohlen ist oder selbst gefälscht.¹²¹⁴ Das Mittelalter war die Hochzeit der Provenienzfälschung; viele gefälschte Reliquien wurden unter den Gläubigen in Umlauf gebracht, in dem man wertlose Knochen- oder Stoffreste als Überreste heiligen Lebens ausgab. Beiden Fälschungsarten gemeinsam sind die Form der Kunstfälschung als „Etikettenschwindel“.¹²¹⁵

Ansonsten wird Etikettenschwindel – der Begriff legt es nahe - bevorzugt mit alten Weinen betrieben: Durch Applizieren eines gefälschten Etikettes wurde beispielsweise eine Flasche Chateau Lafleur von 1955 mit einem Wert von £ 700 eine Flasche Jahrgang 1947, Wert £ 6.000,--.¹²¹⁶

Geschichte - die ja eigentlich der Grund für den Kauf sein sollte. Sie wirken oft wie moderne Kopien ihrer selbst. Die Achtung der Patina setzt sich allerdings allmählich durch. Nicht nur zum Vorteil der Stücke selbst, auch zum Vorteil des Kunstmarkts: Der Kunsthandel, der sich dem „Wahn des Neumachens“ unterwirft, ist in spätestens einer weiteren Generation am Ende, wenn es nichts mehr „wegzuputzen“ gibt (STÜRMER: 9/1998).

¹²¹² IRLE (1997): 23; TUCHSCHERER (2000): 56.

¹²¹³ ARNAU (1969): 34; PICKER (1994): 18; MARQUARDT (1998): 112.

¹²¹⁴ Seit Mitte der 1990er Jahre tauchten beispielsweise vermehrt Picasso-Gemälde in Europa auf, die während des Golfkrieges in Kuwait gestohlen worden seien. Dies sollte der Grund für fehlende Expertisen und einen „Schnäppchenpreis“ sein. De facto handelte es sich um Fälschungen, die man an eine leichtgläubige Klientel verkaufen wollte und vermutlich auch verkauft hat (KOLDEHOFF: 12/2000).

¹²¹⁵ WIEGAND: 18.03.2000.

¹²¹⁶ STIMPFIG: 01/2000.

4.5.2 Berühmte Beispiele

Durch die medienwirksame Aufdeckung von Fälschungen hat das Problem der Echtheit von Kunstwerken die Aufmerksamkeit einer breiten Öffentlichkeit erregt. Besonders der Jawlensky-Skandal,¹²¹⁷ aber auch die Abschreibung berühmter Gemälde wie die "Säuberung" des tradierten Rembrandt-Oeuvres¹²¹⁸ haben deutlich gemacht, dass die Absicherung einer Künstlerzuschreibung durch ein Werkverzeichnis, den Katalog eines renommierten Museums oder ein Gutachten von den Nachkommen des Künstlers nicht vor Täuschung schützt.¹²¹⁹ „It is easy to say something is a fake; it is hard to prove it is not,“ findet Anne Distel, Chefkuratorin des Pariser Musée d’Orsay.¹²²⁰

Herausragendes Beispiel ist der Betrüger John Drewe, der rund 200 von einem erfolglosen Künstler nachgeahmte Dubuffets, Giacomettis, Bissières etc. im Gesamtwert von £ 1 Millionen in Umlauf gebracht haben soll. Hierbei bediente er sich nicht nur der üblichen Utensilien wie falscher Visitenkarten, teurer Automobile und gesellschaftlicher Verbindungen, sondern schmuggelte Abbildungen seiner Fälschungen in Museums- und alte Ausstellungskataloge, die in den Archiven der Londoner Tate Gallery und dem Victoria & Albert Museum lagerten, um dann just diesen Institutionen die Fälschung im Original vorzulegen und durch Expertise

¹²¹⁷ Seit 1992 waren auf dem Kunstmarkt rund 500 Werke aufgetaucht, die Jawlensky angeblich in den Jahren 1905 bis 1918 geschaffen haben sollte. Die Erben des Künstlers, die auch seit 1991 einen Catalogue Raisonné veröffentlichten, hatten die Stücke begutachtet und in Expertisen Jawlenskys Urheberschaft bestätigt. Als einige der Blätter 1998 im vierten Band des Werkverzeichnisses veröffentlicht wurden, verstärkten sich die zuvor schon geäußerten Zweifel erheblich. Während eines Symposions wurden alle Anhaltspunkte zusammengetragen und die Blätter als Fälschungen überführt (FECHTER: 3/1999; SCHÖLLER: 15/1999; KOLDEHOFF: 02/2000; BITTNER: 24.10.2000; HERCHENRÖDER: 13./14.06.2003-1).

¹²¹⁸ Wurden 1923 von Wilhelm Valentiner noch 711 Gemälde als authentische Werke von Rembrandt angesehen, hat sich die Zahl seither extrem reduziert. 1930 begrenzte Abraham Bredius die Anzahl von Gemälden auf 630. 1966 kam eine erneute Untersuchung von Kurt Bauch auf 562; Horst Grevenson befand 1968, dass höchstens 420 Bilder von Rembrandts Hand stammten, davon 350 zweifelsfrei. Ein 1987 von Christian Tümpel veröffentlichtes "Kritisches Werkverzeichnis" nannte eine Gesamtzahl von 265. Die "berühmte" Expertenkommission *The Rembrandt Research Project* unter der Leitung von Ernst van de Wetering hingegen musste ihre Klassifizierung von A (eigenhändige Arbeit von Rembrandt) und C (fremde Hand) aufgeben, nachdem zu viele nicht zu entscheidende Fälle festgestellt wurden; es verblieben 300 gesicherte Gemälde im Oeuvrekatalog (SCHÜTTE: 15/2000; KETELSEN (2000): 9f.). Die Frage "Rembrandt, oder nicht?" wurde im Jahr 2000 in zwei Ausstellungen in der Kunsthalle Hamburg (Gemälde) und der Kunsthalle Bremen (Graphik) thematisiert (vgl. KETELSEN (2000)). Die "abgeschriebenen" Gemälde verlieren durch die Aberkennung von Rembrandts Autorenschaft rund 90% ihres Werts (HEBBORN (1999): 175).

¹²¹⁹ VAHLAND/SOMMER: 08/2001.

¹²²⁰ ALBERGE: 17.07.2000.

beglaubigen zu lassen.¹²²¹ Als ein Galerist trotzdem misstrauisch wurde, engagierte er eine Detektei, um die Provenienz eines Bildes überprüfen zu lassen – nicht ahnend, dass Drewe ebenfalls Inhaber dieser Firma war und nun der Galerie £ 1.140,-- dafür berechnete, dass man alle Provenienzangaben bestätigte.¹²²² Die Geschichte wurde später von MGM verfilmt.¹²²³

Im Zuge des Verfahrens vor einem Londoner Gericht konnten nur rund 60 Fälschungen identifiziert werden - der Rest kursiert weiterhin auf dem Kunstmarkt.¹²²⁴ Drewe und sein malender Kompagnon wurden im Februar 1999 zu sechs Jahren bzw. zu einem Jahr Haft verurteilt. Derartige Strafen werden von Vertretern des Kunstmarkts häufig als im Vergleich zum Schaden zu gering kritisiert.¹²²⁵

4.5.3 Absatz von Fälschungen

Alle diese Fälle sind aber nur Beispiele und verdanken ihren hohen Bekanntheitsgrad der Dreistigkeit der Täter. Aufsehererregende Einzelaktionen gegen diesen Typus Fälscher sind jedoch nicht in der Lage, den „Sumpf trockenzulegen“. Relevanter für den Kunstmarkt sind nämlich die Fälschungen, die als solche in größeren Stückzahlen hergestellt in kleineren und wenig spezialisierten Galerien und Auktionshäusern

¹²²¹ BALE: 13.02.1999.

¹²²² BOGGAN: 15.07.2000.

¹²²³ BOGGAN: 15.07.2000.

¹²²⁴ BOSSMANN: 15.10.1998.

¹²²⁵ MOSS: 20.02.1999. Als „größte“ Kunstfälscher der Geschichte gelten jedoch Elmyr de Hory und André Mailfert. De Horys (1906-1976) Werke von Derain, Matisse, Dufy und Modigliani dürften noch heute zahlreiche Sammlungen zieren, da sie nicht als solche erkannt wurden. Eine Ausnahme bildet die Sammlung des Ölmilliardärs Meadow, der über diverse Händler Werke dieser Künstler für ca. US\$ 100 Mio. erworben hatte, die jedoch ausschließlich von der Hand de Horys stammten. Die Fälschungen wurden entdeckt und de Hory und seine Helfer angezeigt (IRVING (1970): 144ff.). Die Geschichte erlangte derart große Berühmtheit, dass die Besitzer der Fälschungen diese in einer Auktion bei Phillips in London im Sommer 2000 erfolgreich absetzen konnten und in der Folge sogar ausgewiesene Hory-Fälschungen auf den Markt kamen... (STEWART: 05.08.2000; Alberge: 29.12.2000). Mailfert fälschte zwar zwischen 1910 und 1930 ebenfalls ca. 30.000 Meisterzeichnungen in seiner Pariser Manufaktur. Deren Hauptgebiet war jedoch die Fälschung von hochwertigen, antiken Möbeln. Mailfert erfand mit „Jean-Francois Hardy“ sogar einen Ebenisten des 18. Jahrhunderts, der als Gründer der ebenfalls von Mailfert erfundenen „Schule der Loire“ Eingang in die Kunstgeschichte fand. Insbesondere seine diversen „Alterungstechniken“ für seine Produkte wie auch seine raffinierten Vermarktungstechniken verleihen seinen Memoiren auch heute noch eine gewisse Aktualität und kriminalistischen Unterhaltungswert (MAILFERT (1967): 12ff.). Der italienische Antiquitätenhändler und –fälscher Icilio Friderico Joni gab seine Kenntnisse gar in Buchform weiter: „Einige unerlässliche Regeln zur Gestaltung alter Gemälde“ war ein unter Nachahmern begehrtes Werk in den 1920er Jahren (MAZZONI (2001): 7f.).

auftauchen.¹²²⁶ Um Komplikationen zu vermeiden, werden in aller Regel Werke verstorbener Künstler des mittleren Preissegments gefälscht; hier lohnen sich aufwendige Untersuchungsmethoden nicht.¹²²⁷ Zudem werden viele Fälle nicht gerichtlich geahndet, selbst wenn der getäuschte Käufer den Betrug entdeckt, da er selbst den Umstand der Fälschung nachweisen muss, um einen Anspruch auf Rückabwicklung zu begründen – ein aufwendiges Verfahren, was gerade dann gescheut wird, wenn sich das Objekt „nur“ im mittleren Preissegment bewegt.¹²²⁸

Im Bereich der bildenden Kunst sind dies vor allem Werke auf Papier, die mit Zutaten herzustellen sind, deren Alter nur schwer bestimmbar ist.¹²²⁹ Die Epoche des zu fälschenden Werkes richtet sich dann nach dem Alter des Papiers, welches der Fälscher erwerben konnte; gefälscht werden in aller Regel fiktive Vorstudien zu existierenden Gemälden.¹²³⁰ Bei diesen „kleineren“ Fälschungen ist jedem Interesse gedient: Das Risiko des Fälscher ist minimiert, der Verkäufer de facto entbunden von Treu und Glauben, das Angebot verlockend für den laienhaften Schnäppchensucher.¹²³¹ Nach den Erfahrungen von Manfred Fath, ehemaliger Direktor der Kunsthalle Mannheim, ist vor allem der Kleinanzeigenteil in den Kunsthandelsrubriken der großen Tageszeitungen ein geeignetes Forum, um Fälschungen anzubieten; Adressaten sind vor allem Freiberufler, die solche Angebote möglicherweise nutzen, um (unversteuertes?) Geld anzulegen.¹²³²

Der Absatz über Auktionshäuser ist für den Fälscher nahezu ideal. Er hat den Vorteil, dass die Fälschungen neben authentischen Objekten und in der scheinbar seriösen Atmosphäre einer Kunstauktion angeboten werden.¹²³³ Speziell kleine Auktionshäuser sind gefährdet, da sie für ihre Kunden ein möglichst breitgefächertes Angebot bereithalten wollen und nicht für jedes Teilgebiet über eigene Spezialisten

¹²²⁶ IRLE (1997): 5; HEBBORN (2003): 185; GERLINGER: 6/1999.

¹²²⁷ PICKER (1994): 77; CRÜWELL: 20.02.1999; SCHLOSSER: 09.12.2000. Zudem werden eher Altmeistergemälde und –zeichnungen sowie solche des 19. Jahrhunderts gefälscht als Werke der modernen Kunst – die Fälschung von Werken des 20. Jahrhunderts wird als deutlich schwieriger angesehen; auch ist aufgrund der kurzen Provenienenzlisten der Absatz komplizierter (MOSTBACHER-DIX: 13.05.2000).

¹²²⁸ PALANDT (2001): 297 (Vorbemerkung vor §249, Rdnr. 162); CHEVALIER/VIEHWEGER: 03/2002.

¹²²⁹ WOHLGEMUTH: 3/1999.

¹²³⁰ LANDESMAN: 25.03.2001.

¹²³¹ WOHLGEMUTH: 3/1999.

¹²³² FATH: 09/1997.

verfügen. Vor diesem Hintergrund hat der spezialisierte Handel einen klaren Wettbewerbsvorteil.

Dass letztlich in Sachkenntnis und Erfahrung der einzige Weg liegt, sich vor Fälschungen zu schützen, hat den Mailänder Physiker Gottfried Matthaes dazu bewogen, ein Museum des Kunstsammlers einzurichten, in dem der Besucher angehalten wird, mit allen Sinnen die Stücke eingehend zu untersuchen - die Hälfte der Exponate ist gefälscht.¹²³⁴ Das Berichten und Erklären von den Möglichkeiten, Kunst zu fälschen, hat allerdings auch immer ungebetene Adressaten: Schließlich lehrt man dabei auch den Nachwuchs im Fälschergewerbe.¹²³⁵

4.5.4 Artverwandte Bereiche

Vom illegalen Handel mit Fälschungen sind zwei Bereiche zu differenzieren: Die Kopie sowie Werke der „Appropriation Art“. Unabhängig von materiellen Tatsachen kann zudem eine Flüsterkampagne, ein Werk sei gefälscht, zu einem wertzerstörenden Element werden.

„Appropriation Art“ ist eine künstlerische Strategie der 80er und 90er Jahre des 20. Jahrhunderts, die erklärtermaßen mit Plagiaten den bis dato sakrosankten Begriff des Originals in Frage stellte. Vertreter dieses postmodernen Ansatzes waren u.a. Sherrie Levine, Louise Lawler oder Richard Prince.¹²³⁶

¹²³³ ALMEROTH (1986): 77.

¹²³⁴ MATTHAES (1997): 1f.; GRÖTEKE: 04.07.2000. Matthaes hat zudem ein Verfahren entwickelt, mittels Spektroskopie eine Altersbestimmung von Materialien vorzunehmen: Dem Objekt wird Material entnommen, welches gemahlen und dann durchleuchtet wird. Das entstehende Spektrum wird mit dem als Maßstab festgelegten Spektrum eines gesicherten Objekts desselben Materials verglichen. Obgleich das Verfahren umstritten ist, hat Matthaes mittlerweile Untersuchungen für berühmte Museen wie das Ghetty-Museum unternommen. Sollte ein Mitarbeiter eines Auktionshauses oder ein anderer Außenstehender ein Werk als Fälschung identifizieren, so darf er es allerdings weder als solche kennzeichnen noch einbehalten noch zerstören – dem steht das Eigentumsrecht des Verkäufers entgegen (IMDAHL: 17.08.2002).

¹²³⁵ So der Basisratgeber von Eric Hebborn, der zahlreiche Werkstoffe und Arbeitsvorgänge genauestens erläutert (HEBBORN (1999): 15ff). Hebborn, selbst gerichtlich verurteilter Fälscher, wurde wenige Monate nach Erscheinen seines Buches ermordet (LANDESMAN: 25.03.2001). Abschließend sei an dieser Stelle auf den Roman „Ein Kunstkabinett“ von Georges Perec hingewiesen, der als literarische Fiktion vor allem die Platzierung gefälschter Kunstwerke auf dem Auktionsmarkt hervorragend darstellt (PEREC (1989): 107).

In einer Kopie, welche auch als solche angesehen und vermarktet wird, liegt ebenfalls keine Fälschung; ein großer Markt lebt von Kunden, die gern ihr häusliches Umfeld mit den großen Meisterwerken der Kunstgeschichte schmücken, aber keine photomechanischen Kopien akzeptieren. Große Werkstätten, vor allem in Südostasien, produzieren „Mona Lisas“ am Fließband, um diesen Bedarf zu stillen.

In Italien werden zudem derartige Kopien zur Verbrechensbekämpfung eingesetzt: Die zehn teuersten gestohlenen Gemälde werden als Kopien in der Galerie Excelsior in Rom ausgestellt; die Ausstellung wird von der polizeilichen „Abteilung zum Schutz des kulturellen Erbes“ finanziert. Man hofft, Besucher könnten Bilder, die sie aus privatem Umfeld kennen (oder vielleicht gar unwissentlich selbst besitzen), wiedererkennen. Zudem ist jede Kopie käuflich; bei Bedarf wird nachproduziert.¹²³⁷

Eine ebenfalls neuere Entwicklung ist der Handel mit „alten“ Kopien von Kunstwerken, die auch als solche verkauft werden.¹²³⁸ Bis zum 19. Jahrhundert gehörte zu einer künstlerischen Ausbildung die Übung der Technik durch Kopieren z. B. alter Meister. Man hatte bis dahin eine andere Vorstellung von Authentizität und ein freieres Verhältnis zu Werken anderer Künstler; die Nachahmung galt nicht als Mangel an Erfindungsreichtum, sondern als Beweis für die Bildung und das handwerkliche Vermögen des Kopisten.¹²³⁹

In Zeiten, da die Meisterwerke immer seltener auf den Markt kommen und dann astronomische Preise erzielen, werden die „alten“ Kopien als dekoratives Surrogat angesehen und gern gekauft, zumal sie häufig hervorragend ausgeführt sind. Diesen Trend haben die Auktionshäuser erkannt und veranstalten mit zunehmendem Erfolg Auktionen, auf denen ausschließlich Kopien nach alten Meistern angeboten werden.¹²⁴⁰ Auch hierin könnte man einen weiteren Aspekt des Rituals sehen.¹²⁴¹ „Jetzt, da die ‘naturgetreue’ Nachahmung bei bedeutender Verbilligung die gleiche ‘Wirkung’ verspricht und man den inneren, den unbezahlbaren und unnachahmlichen

¹²³⁶ RÖMER (2002): 78ff.; BISCHOFF: 03/2001; NEMECZEK: 7/2001; generell zur „Appropriation Art“ siehe RÖMER (2001).

¹²³⁷ GOODFELLOW: 21.01.2001.

¹²³⁸ OELWEIN: 24.03.2000.

¹²³⁹ FIEDLER: 13/2000; HEISE-SAPPER: 02.04.2002.

¹²⁴⁰ MACGILLIVRAY: 06.12.1998.

¹²⁴¹ Vgl. 3.2.2 – *Vom Nutzen der Kunst*.

Gemütswert des Originals so eilig und freudig vergaß, war das der zweite Schritt vom guten und echten Geschmack zur Veräußerlichung,” befand schon 1961 der Kulturhistoriker Wilhelm Treue.¹²⁴²

Für Museen wie Kunsthandel gleichermaßen problematisch sind Flüsterkampagnen gegen einzelne Stücke. Häufig wird das Gerücht, ein bestimmtes Stück sei unecht, gezielt gegen einen Museumsdirektor (in dessen Amtszeit der Ankauf erfolgte) oder privaten Eigentümer (der das Werk verkaufen möchte) eingesetzt. Im Verkaufsfall ist das Ziel einer solchen Kampagne häufig „nur“, den Preis zu drücken, und zwar mit dem Risiko und häufigen Erfolg des Nichtverkaufs, getreu dem Motto „semper aliquid haeret“ – Etwas bleibt immer hängen.¹²⁴³

Für Museen jedoch hat der Fälschungsvorwurf eine tiefergreifende Bedeutung: In dem Maße, in dem die Museen die physische Verankerung der Gesellschaft mit einer unbekannten Vergangenheit leisten, d. h. Objekte ausstellen, die dem Besucher versichern, dass es zwischen der Gegenwart und der Vergangenheit eine direkte, authentische Verbindung gibt, wird dieser Anspruch untergraben, wenn das Museum Fälschungen zeigt. Aber auch ganz praktische Probleme tauchen auf, wenn z. B. ein Stück, dessen Echtheit angezweifelt wird, mit Sponsorengeldern erworben wurde. Nicht zuletzt deswegen verfallen Museen in aller Regel in Schweigen, wenn Experten die Authentizität ihrer Exponate anzweifeln; das Entfernen aus den Ausstellungsräumen ist nicht selten die einzige Reaktion.¹²⁴⁴

Berühmte Beispiele für Flüsterkampagnen gibt es im Zusammenhang mit Werken, die Rubens oder Michelangelo zugeschrieben wurden: Die Londoner National Gallery sieht sich seit 1986 Gerüchten ausgesetzt, ein im Eigentum des Museums stehendes Gemälde von Peter Paul Rubens sei entweder eine moderne Fälschung oder bestenfalls ein Werk von Rubens-Schüler und Nachfolger Jacob Jordaens.¹²⁴⁵ Das Bild war 1980 für £ 2,5 Millionen auf einer Auktion gekauft worden und zu diesem Zeitpunkt das zweitteuerste Bild aller Zeiten. Im Jahr 2000 war das geflüsterte Gerücht bis in das angesehene Journal *Art Review* vorgedrungen; die

¹²⁴² TREUE (1961): 137.

¹²⁴³ RUMP: 14.12.1996.

¹²⁴⁴ LANDESMAN: 25.03.2001.

Museumsdirektion musste reagieren. Die Entscheidung sollte nicht nur über die Sachkenntnis der damaligen Experten in Museum und Auktionshaus Klarheit schaffen, sondern auch über den Versicherungswert: Rubens=£ 40 Millionen, Jordaens=£ 1 Millionen, so lauteten die Alternativen. Diverse technische Untersuchungen sowie eine weitere Expertenkonferenz befanden das Bild dann schließlich als echt im Sinne „von der Hand Rubens“. ¹²⁴⁶

Ein weiteres Beispiel einer Flüsterkampagne auf dem Markt gilt einer Zeichnung Michelangelos, welche eine Vorstudie zu seiner Skulptur „Christus mit dem Kreuz“ darstellt. Die Zeichnung wurde im Sommer 2000 für eine Auktion bei Christie's angekündigt und von dem Auktionshaus auf mindestens £ 4,5 Millionen geschätzt. Die umgehend gestartete Flüsterkampagne fand ihren Höhepunkt in einem vierseitigen Artikel in dem deutschen Kunstmagazin ART, in dem die Authentizitätszweifel des Schweizer Kunsthistorikers Alexander Perrig dargelegt wurden. ¹²⁴⁷ In der Folge fand der Stoff seinen Weg erst in die Regenbogen-, dann in die Boulevardpresse und zuletzt ins Fernsehen, welches dem Thema einen „durch keinerlei Kenntnisse getrüben Kurzbeitrag widmete, dessen Botschaft vor allem hieß: Der Kunstmarkt ist das Reich des Bösen“ - so Rose-Maria Gropp in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. ¹²⁴⁸ Die Theorie von Perrig, dass es sich bei der Zeichnung nicht um ein originales Werk Michelangelos, sondern um das eines Schülers oder Nachfolgers handle, der lediglich die Skulptur abgezeichnet habe, fand allerdings bei Museen und Handel keine Anhänger: Nach einem heftigen Bietgefecht zwischen der Edinburgher Nationalgalerie und verschiedenen Händlern erging der Zuschlag bei £ 8 Millionen zugunsten der Münchner Händlerin Karin Bellinger, die für das Getty-Museum agierte. ¹²⁴⁹

Fazit zu **4.5 Fälscher der Kunst:** *Ein großer Teil der auf dem Kunstmarkt befindlichen Ware ist gefälscht. Dies kann in Form einer Komplettfälschung, aber auch als abwandelnde Verfälschung geschehen sein. Besonders hoch ist der Anteil*

¹²⁴⁵ MENDICK: 21.05.2000.

¹²⁴⁶ YOUNG: 22.05.2000.

¹²⁴⁷ VAHLAND: 06/2000.

¹²⁴⁸ GROPP: 08.07.2000.

¹²⁴⁹ THIBAUT: 07./08.07.2000; McVEIGH: 23.07.2000.

von Fälschungen im mittleren Preissegment, da sich hier aufwendige Testmethoden nicht lohnen.

Der Absatz erfolgt bevorzugt über kleine Auktionshäuser. Hier werden die gefälschten Stücke in der Nachbarschaft authentischer Werke gezeigt; das Haus hat aufgrund seiner geringen Größe kein ausgewiesen spezialisiertes Personal. Der spezialisierte Handel ist hier im Vorteil, da er neben seiner Fachkenntnis auch nicht den Zeitdruck der Auktionshausabteilung bei der Bearbeitung eines Objekts hat.

5. Der Beschaffungsmarkt

Jeder regelmäßige Beobachter des Kunstmarkts kann leicht erkennen, dass die Ware sich in einem Kreislauf befindet. Je höherwertig die Ware, desto langsamer findet dieser Kreislauf statt. Robert Wraight vergleicht diesen Vorgang mit einem Kettenbrief: Die Ware zirkuliert zwischen Händlern, Auktionen und Kunden. Obwohl jeder Stationswechsel in aller Regel mit einem Profit verbunden ist, hat jeder Beteiligte wie bei Kettenbriefen das diffuse Gefühl, dass irgendjemand am Ende der Kette stehen und damit verlieren muss.¹²⁵⁰ Dem aufmerksamen Beobachter des Marktes entgeht zudem nicht, dass sich der Kreislauf von Jahr zu Jahr beschleunigt.¹²⁵¹

5.1. Der Kunstmarkt als Mangelverwaltung

Bei Ware einer höheren Qualitätsstufe kann man davon ausgehen, dass sich die Beschaffung deutlich schwieriger gestaltet als der Absatz.¹²⁵² Dies zeigt sich am offensichtlichsten auf Messen. Einzelausstellungen, die früher das Bild der Messen bestimmten, sind in den vergangenen Jahren mangels geeigneter Stücke rar geworden und durch Gruppenausstellungen von Einzelstücken ersetzt worden.¹²⁵³ Hinzu kommt, dass die begehrten Frühwerke immer seltener werden und Galerien häufig auf das Spätwerk der von ihnen vertretenen Künstler ausweichen müssen.¹²⁵⁴

Aber auch in Auktionskatalogen fällt zunehmend auf, dass der Umfang der "Füllware" zunimmt; die Schere zwischen dieser und den exzeptionellen, gefragten Stücken wird immer größer.¹²⁵⁵ Trotzdem ist zusätzlich auch noch die Gesamtzahl der versteigerten Einzelobjekte rückläufig; in den beiden Häusern Christie's und

¹²⁵⁰ WRAIGHT (1966): 150.

¹²⁵¹ HERCHENRÖDER: 05./06.05.2000. Hiervon ist zu unterscheiden die generelle Wahrscheinlichkeit, dass ein Werk wieder auf den Markt kommt. Diese ist umso höher, je wertvoller das Objekt ist (ASHERFELTER/GRADDY (2002): 4ff.).

¹²⁵² Gleichzeitig ist es für das Unternehmen teurer, Kontakt zu einem potentiellen Verkäufer als einem potentiellen Käufer zu halten (MELIKIAN: 12./13.01.2002).

¹²⁵³ Die Fülle einer Messe relativiert ohnehin die Aussagekraft des einzelnen Kunstwerks (GRASSKAMP (1994): 46). Diese Wirkung wird von Mischausstellungen noch verstärkt.

¹²⁵⁴ MACK: 8/1999.

¹²⁵⁵ HERCHENRÖDER: 05./06.05.2000; HERCHENRÖDER: 14./15.03.2003.

Sotheby's hat bei steigenden Umsätzen die Zahl der angebotenen Objekte in den 1990er Jahren um bis zu 50% abgenommen.¹²⁵⁶

Es ist auffällig, dass der Sammler sich bezüglich seines Eigentums an Kunstwerken nicht ökonomisch verhält; er möchte Stücke unabhängig von einem optimalen Verkaufszeitpunkt behalten.¹²⁵⁷ Diese Haltung ist allerdings gezwungenermaßen endlich. Warum aber „verschwinden“ Kunstwerke dauerhaft vom Markt? Zunächst einmal aufgrund von Zerstörung durch Unfälle, Kriegsfolgen und mutwillige Beschädigung. Vor allem aber bedeutet der Ankauf durch oder die Schenkung an ein Museum in aller Regel eine markttechnische Sackgasse für ein Objekt, da Museen nicht oder nur in Ausnahmefällen ihren Bestand verkaufen dürfen.¹²⁵⁸ Hinzu kommt, dass aufgrund von Steuererleichterungen für gestiftete Objekte die Zahl von Stiftungen vor allen in den USA und Kanada überproportional steigt; diese Objekte werden durch die Stiftung dem Kunstmarkt dauerhaft entzogen.¹²⁵⁹

Warum kommt Kunst auf den Markt? Sicherlich ist es der Bedarf an Geldmitteln für außergewöhnliche Vorkommnisse wie Erbaueinandersetzungen oder Bankrotte. Auch der Schweizer Kunsthändler und Auktionator Eberhard W. Kornfeld nennt „Todesfälle, Ehescheidungen und Bankrotte“ als wichtigste Quellen.¹²⁶⁰ Diese Umstände der Beschaffung sind in Amerika transparenter: „In den Staaten ist das Geschäft leichter. Nachlässe werden in den Zeitungen veröffentlicht, und man kommt problemlos an das Material,“ so Christie's-Chef Edward Dolman.¹²⁶¹

Private Quellen sind vor allem Haushaltsauflösungen und Veräußerungen aufgrund von Erbfällen. Auch hier sorgt der fortschreitende Informationsgrad dafür, dass der günstige Einkauf immer seltener wird, da der Wissensvorsprung des Händlers kontinuierlich kleiner wird. Soziologen haben bereits die Sprengkraft des Antiquitäten- und Kunstbooms für Erbegemeinschaften erkannt. Der potentielle

¹²⁵⁶ MELIKIAN: 12./13.01.2002. Sotheby's versteigerte 1989 rund 200.000 Lots, in Jahr 2000 nur noch 110.000; Christie's 1989 282.000 Lots, 177.000 im Jahr 2000 (BARKER/RUMP: 15.03.2003). Dies zeigt gleichzeitig die Preissteigerung an der Marktpitze.

¹²⁵⁷ Zur Problematik des unökonomischen Sammlerverhaltens vgl. FRAY (2000).

¹²⁵⁸ Zum Verkauf von Museumsbestand vgl. 5.1 – Der Kunstmarkt als Mangelverwaltung.

¹²⁵⁹ BARKER/ RUMP: 15.03.2003. Zum amerikanischen Stiftungsrecht siehe 3.3.1 – Zoll, Steuern, Kulturgutschutz.

¹²⁶⁰ VILLINGER: 02.02.2002; KOLDEHOFF: 6/1999.

Wertzuwachs und dessen stete Veröffentlichung sollen Erbaueinandersetzungen eine neue, aggressive Qualität geben.¹²⁶² Denn häufig nutzen Erben den kostenlosen Schätzungsservice von Auktionshäusern, um sich ein Bild über den Nachlass und dessen Wert zu verschaffen. Die herkömmliche Vorgehensweise eines Händlers, einen Nachlass anzukaufen und alle für ihn unverwertbaren Objekte in ein Auktionshaus weiterzugeben, wird hierdurch erheblich erschwert.¹²⁶³

Ein weiterer Antrieb, Kunstwerke auf den Markt zu bringen, ist die Sammlungsumschichtung, bei der man sich von Fehlkäufen, Doppel Exemplaren oder Werken minderer Qualität trennt. Dies gilt sogar in zunehmendem Maße für Museen, die eigentlich den Auftrag haben, jedes Objekt, welches je in ihr Eigentum gekommen ist, zu bewahren.¹²⁶⁴ In den USA und in Frankreich dürfen sich staatliche Museen von Sammlungsgegenständen (teilweise unter strengen Auflagen) trennen; sogar die deutschen staatlichen Museen werden in einiger Zeit zu den Verkäufern gehören, wie es bei privaten Einrichtungen schon längst der Fall ist.¹²⁶⁵ Mit der Umwandlung z. B. der Hamburger Museen in Stiftungen ist es den Institutionen erlaubt worden, Sammlungsgegenstände zu veräußern - allerdings nur solche, die nach der Umwandlung angeschafft wurden.¹²⁶⁶

Schichten Sammler ihre Sammlungen um, können sie ausgemusterte Stücke in Auktionen einliefern oder dem Handel verkaufen bzw. beim Neukauf in Zahlung geben. Der Händler hat durchaus Interesse daran, seine früheren Handelsobjekte zurückzukaufen – er braucht diese, um auch diejenigen Kunden bedienen zu können,

¹²⁶¹ THIBAUT: 02/2001.

¹²⁶² PRADA: 24.03.1999.

¹²⁶³ RUMBLER: 11.11.2000.

¹²⁶⁴ SCHULZE: 02.06.2001.

¹²⁶⁵ HERCHENRÖDER (2000): 312; LAMBERDIERE: 29.12.2001.

¹²⁶⁶ §3 Absatz 3 des Gesetzes über die Errichtung von Museumsstiftungen der Freien und Hansestadt Hamburg (HmbMuStG), vgl. Senatsdrucksache 16/1537 (1998): 12, 16; BUCHHOLZ: 03.02.2001; HERSTATT: 15.02.2001; SCHAERNACK: 30.04.2001; HERSTATT: 10.01.2002; BECKER: 20.01.2003. Schon in den 1920er und 1930er Jahren verkaufte das sowjetische Regime Kunstwerke aus staatlichen Museen, vor allem aus der St. Petersburger Eremitage, in das westliche Ausland (WILLIAMS (1980): 170ff.). In den 1970er Jahren wurden die staatlichen Museen der DDR aufgefordert, durch den Verkauf von Sammlungsgegenständen einen Teil des staatlichen Bedarfs an Valutawährung zu decken; auch wenn dieses Programm letztlich aus der Angst vor internationalen Protesten und westdeutscher Großankäufe nicht umgesetzt wurde, verkauften die staatlichen Museen der DDR in den 1970er und 1980er Jahren jedoch kontinuierlich aus ihren Beständen Kunstwerke und Antiquitäten über die Kunst und Antiquitäten GmbH der Kommerziellen Koordination (BISCHOF (2003): 78, 117, 363, 369; HERSTATT: 07.08.2003).

welche ihre Sammlung zeitlich rückläufig ergänzen wollen.¹²⁶⁷ Objekte, die er nicht ankaufen möchte oder kann, nimmt der Händler auch in Kommission, d.h. er arbeitet in diesen Fällen als Vermittler zwischen dem Kaufinteressenten und dem Verkäufer, welcher bis zum Kauf Eigentümer bleibt.¹²⁶⁸

Auch wenn ein Künstler stirbt, kommt Bewegung in den Markt. Manchmal werden größere Posten von Werken verkauft, um die Erbschaftssteuer aufbringen zu können. Durch die Berichterstattung und die Rückblicke steht der Künstler erneut im Mittelpunkt des Interesses, vielleicht erfolgt sogar eine Neubewertung des Oeuvres. In der Folge wird dann der Nachlass aufgearbeitet und ein Werkverzeichnis erstellt.¹²⁶⁹

Allerdings stimmt die These, dass erst nach dem Tod des Künstlers Höchstpreise zu erzielen sind, nicht. Vielmehr kann man feststellen, dass Preise von Werken von Künstlern, die zu Lebzeiten hoch gelobt und entsprechend hoch bewertet wurden, nach dem Tod eher zu nachfolgender Schwäche tendieren. Ist der Künstler hingegen zu Lebzeiten bei eher moderaten Marktpreisen in der Kunstkritik anerkannt und im Ausstellungsbetrieb beliebt, lassen seine Werke nach seinem Tode eine überdurchschnittliche Preisentwicklung erwarten.¹²⁷⁰

Ein generelles Problem der Beschaffung ist, dass sich bei jüngeren Sammlergenerationen eine Art "Kulturpessimismus" installiert hat. Während früher Altes bedenkenlos durch Neues ersetzt worden sei, macht sich heute eine sehr konservierende Grundstimmung bemerkbar. Diese Sammler entstammen einer

¹²⁶⁷ RUMP: 03/2002.

¹²⁶⁸ ALIHODZIC/REHM: 19.07.2003.

¹²⁶⁹ Jeder Eigentümer eines Werkes der betroffenen Künstler hat einen Anspruch auf Eintragung des Werkes in das Werkverzeichnis (GERLACH (1998): 49ff.; CHEVALIER: 11/2002).

¹²⁷⁰ WILKE: 04/2000. Der amerikanische Ökonom David W. Galenson differenziert weitergehend: Er unterscheidet zwischen Kunst als künstlerisch motiviertem Experiment und als Ausführung eines Konzepts. Die Experimentalisten wiederholen sich, um sich einem Bildideal zu nähern. Hingegen führen die Konzeptualisten in ihren Arbeiten einen Gedanken aus, welchen sie außerhalb dieser Arbeit gefasst haben. Galensons These ist, dass wichtige konzeptuelle Innovation eher von jungen Künstlern zu erwarten ist, während die experimentelle Suche nach Lösungen Erfahrung voraussetzt und daher eher von älteren Künstlern umgesetzt wird. Diese These hat er in einer Untersuchung von 1600 Transaktionen auf dem Kunstmarkt zwischen 1970 und 1997 erforscht. Als Ergebnis konnte er feststellen, dass statistisch gesehen experimentelle Maler tatsächlich die vom Markt geschätzten Werke in weit höherem Alter produzieren als die Konzeptualisten (GALENSON (2002)). Als Umkehrschluss kann man sagen, dass bei einem Konzeptualisten das Frühwerk, bei einem Experimentalisten das Spätwerk größeren Wertzuwachs haben wird.

“Generation, die nicht mehr glaubt, etwas genauso Gutes wie ihre Väter und Großväter schaffen zu können”, so Christoph Vitali, ehemaliger Leiter des Hauses der Kunst in München.¹²⁷¹

Diese Haltung wird auch genährt von der seit dem 11. September 2001 noch mal deutlich verstärkt verbreiteten Weigerung der Sammler, Kunstwerke für Ausstellungen zu entleihen; der Diebstahl von Benvenuto Cellinis „Saliera“ aus dem Kunsthistorischen Museum in Wien hat Sammlerängste zu Tage gefördert, welche auf dem generellen Misstrauen beruhen, staatliche Museen würden mit Kunstwerken zuweilen sehr nachlässig umgehen.¹²⁷² Die Auszahlung des Versicherungswertes bringt das Werk nicht zurück; möglicherweise auch keinen adäquaten Ersatz. Und dass ein Sammler seine Erben zu Lebzeiten dazu ermuntert, seine Sammlung zu verkaufen – wie der Verleger Malcolm Forbes, der dies in seiner Autobiographie tat -, gehört sicherlich zu den großen Ausnahmen.¹²⁷³ Denn auch die Hoffnung Kardinal Richelieus, der, weil er nichts mit ins Grab nehmen konnte, darauf baute, die Auflösung einer Sammlung sei möglicherweise ein ähnlicher Genuss wie der Aufbau derselben, ist seither häufig getäuscht worden.¹²⁷⁴

Dem gegenüber steht aber die Generation der 40- bis 55-jährigen, die sich leichten Herzens von einer ererbten Sammlung trennen und nur einige erinnerungsträchtige Solitäre behalten. „Das ist die Porsche-Generation, die kaum sammelt, sondern in Reisen investiert“, so der Stuttgarter Galerist Andreas Bühler.¹²⁷⁵ Auch deren Kindern, der Golf-Generation, wird nachgesagt, dass sie sich leicht vom Erbe ihrer Vorfahren trenne.¹²⁷⁶

Den Unterschied macht hier die Bedeutung der Sammlung sowie die Erforschung und Veröffentlichung der Werke. Die reine Heimzierde wird wohl eher auf den Markt gebracht, die berühmte Sammlung musealer Qualität löst bei den Erben möglicherweise eher den geschilderten Kulturpessimismus aus. Ebenso bei einer

¹²⁷¹ FECHTER: 12/1998.

¹²⁷² VOGEL: 26.02.2003; THON: 05/2003; THON/CHRISTMANN: 05/2003; VOIGT: 28.06.2003.

¹²⁷³ HERSTATT: 06.02.2003.

¹²⁷⁴ THORMÜLLER: 22.07.2000.

¹²⁷⁵ VOGES: 18.08.2001.

¹²⁷⁶ KRÜGER: 2002-1.

qualitativen Durchmischung: Man trennt sich von der Quantität und behält die Qualität zurück.¹²⁷⁷

Letztlich haben Sammler auch aus einem weiteren, sicherlich nachrangigen Grund Angst, ihre Stücke auf den Markt zu bringen. Fällt ein Stück auf einer Auktion durch oder wird es vom Händler, der es als Kommissionär „entliehen“ hatte, zurückgebracht, hat sich in aller Regel der Zustand nicht verbessert. Besonders auf Auktionen wird mit Kunstwerken nicht immer nach musealen Maßstäben umgegangen; Zeitmangel und die große Zahl von bearbeiteten Stücken fordern zuweilen ihren Tribut. Der Sammler erhält dann möglicherweise ein beschädigtes Stück zurück. Extrembeispiele und Ausnahmen sind allerdings sicherlich die Zerstörung eines auf £ 100.000,-- geschätzten Gemäldes von Lucian Freud bei Sotheby's - man hatte die Papphülle in den Reißwolf geworfen und übersehen, dass sich das Gemälde noch darin befand - oder eines auf US\$ 2 bis 3 Millionen geschätzten Gemäldes von Gerhard Richter, was im Lager von Christie's durch die Gabeln eines Gabelstaplers aufgeschlitzt wurde.¹²⁷⁸

Hilfsmittel zum Auffinden von konkreten Kunstwerken sind Ausstellungskataloge, Festschriften oder Werkverzeichnisse, die bis in die 1960er Jahre häufig den Eigentümer nennen, seither allerdings deutlich diskreter geworden sind. Hinzu kommt der Besuch von Museen. Hier werden Leihgeber häufig noch namentlich benannt. Hat man ein Verzeichnis erstellt, welche Kunstwerke sich in wessen Eigentum befinden, sind Todesanzeigen eine wichtige Geschäftslektüre. "People who know the market know the issues", so Kunstmarktjournalist Peter Watson.¹²⁷⁹

Das Auffinden von bedeutenden Stücken auf Flohmärkten oder Dachböden ist hingegen eine derart seltene Ausnahme, dass man die Veröffentlichung dieser Fälle eher als Mittel der positiven Kunstmarkt-PR sehen kann. Hiermit versuchen die Teilnehmer des Kunstmarktes dem Kunden zu suggerieren, jedermann habe die Chance, allein durch die Beschäftigung mit der Materie und unabhängig von seinem finanziellen Einsatz sein Glück auf dem Kunstmarkt zu finden. In diesem Fall liegt

¹²⁷⁷ EHRET: 01/2000.

¹²⁷⁸ Stuttgarter Nachrichten vom 28.04.2000; ART Nr. 06/2000; ASHWORTH: 10.06.2000.

¹²⁷⁹ WATSON (1997): 100.

bei den Kunstvermittlern eine ähnliche Motivation vor wie bei der Unterstützung der Vorstellung, Kunst sei eine ertragreiche Form von Investment. Vergessene Meisterwerke werden in aller Regel dort gefunden, wo man sie auch vermuten würde: In den Nachlässen bedeutender Sammler, von Freunden und Familienmitgliedern inzwischen hoch dotierter Künstler oder aber auf Dachböden und in Abstellkammern von Behausungen eben dieser Klientel.¹²⁸⁰

Im Übrigen ist zu beobachten, dass seit der Asienkrise der 1990er Gemälde westlicher Kunst, besonders Werke der Impressionisten, wieder auf die Märkte zurückfließen. Sie waren in den 1980er Jahren von japanischen Firmen oder Sammlern zu hohen Preisen in Europa und den USA eingekauft worden.¹²⁸¹ Diese Ware, sogenannte „bad depth art“,¹²⁸² ist unter den großen Händlern und den internationalen Auktionshäusern sehr begehrt, handelt es sich doch meist um Stücke hoher Qualität. Häufig werden ganze Sammlungen en bloc vom Eigentümer oder der Bank, die einst die Kunst als Sicherungseigentum übernommen hatte, an einen Weiterverkäufer vergeben.¹²⁸³

Fazit zu **5.1. Der Kunstmarkt als Mangelverwaltung**: *Die Beschaffung ist in den vergangenen Jahren deutlich erschwert worden. Einerseits sind durch die allgemeine Verknappung von Kunstwerken die Eigentümer zusehends zurückhaltender, sich von solchen zu trennen. Andererseits sind die Informationsquellen bezüglich Eigentümern von Kunstwerken signifikant diskreter geworden. Diese Schwierigkeiten betreffen Handel und Auktionshäuser gleichermaßen.*

5.2 Konkurrenz auf dem Beschaffungsmarkt

Zentraler Punkt des Händlereinkaufs ist die Einpreisung des Stücks, da er den durch einen Weiterverkauf zu erzielenden Gewinn kalkulieren muss. Der große Vorteil für

¹²⁸⁰ PLANTA: 01.07.2000.

¹²⁸¹ HEISE-SAPPER: 11.06.2001.

¹²⁸² HERCHENRÖDER (2000): 28.

¹²⁸³ So erhielt z. B. Christie's im Jahr 1998 die rund 500 Werke umfassende Sammlung des Finanzdienstleisters GE Capital, die seither speziell die New Yorker Auktionen des Hauses bereichert. Aber auch westliche Museen profitieren vom Warenfluss. Im April 1999 konnte das San Francisco Museum of Modern Art von der Fukuoka City Bank eine Sammlung von Werken amerikanischer Zeitgenossen für ca. US\$ 600 Mio. erwerben (HEISE-SAPPER: 25./26.06.1999).

den Verkäufer liegt darin, dass er sofort den Erlös des Objekts kennt und im besten Falle ausbezahlt bekommt.

Bei Haushaltsauflösungen wird der Preis in aller Regel ohnehin vom Auflöser festgelegt. Entdeckt der Händler aber ein gutes Stück in einem Privathaushalt, bietet er selbst einen Ankaufspreis an. Bei Angeboten von Privat hat der Händler oft das Problem, dass der Eigentümer sein Stück überschätzt;¹²⁸⁴ anders als in der Auktion, wo der Verkäufer darauf hoffen kann, die Konkurrenz der Bieter werde für einen marktgerechten Preis sorgen, falls sich der Spezialist des Auktionshauses mit dem Schätzwert geirrt hat, unterstellt man dem Händler einen unpassenden Drang, den eigenen Gewinn zu erhöhen. Hier helfen Sachkenntnis und Offenheit seitens des Händlers, um beim Kunden Vertrauen zu schaffen.

Leichter fällt die Preisfestlegung beim Rückkauf eines Werkes, da man den Ausgangspreis noch kennt und einen Wertzuwachs – wenn er denn berücksichtigt werden soll – meist errechnen kann. “Wenn ich etwas an die Galerie zurückverkaufe, vertraue ich dem Galeristen. Er allein macht den Preis,” berichtet der Sammler Heinrich Hunstein.¹²⁸⁵ Der Verkäufer ist hier im Vorteil, wenn der Händler das Kunstwerk direkt ankauft und nicht als Kommissionsware übernimmt: Im Verkauf an Dritte wird sich der Händler stärker bei den Objekten engagieren, an denen er mit eigenem Geld beteiligt ist, als bei denen, welche er nur in Kommission hat.¹²⁸⁶

Für Kunsthändler schließlich gibt es eine weitere Quelle der Beschaffung. Neben dem Direkteinkauf vom Künstler sowie von privaten, kommerziellen und in geringem Umfang auch aus musealen Quellen kauft der Handel in hohem Maße auf Auktionen.¹²⁸⁷ Auch wenn viele Galerien sich dieser Vermarktung zunächst verweigert haben, sehen die Händler, welche ohnehin den Sekundärmarkt bedienen, die Auktion traditionell als kostengünstige und unkomplizierte Beschaffungsquelle. Das hierbei auch Galeristen folgen, hat die zeitgenössische Kunst als unverrückbaren Bestandteil des Marktes etabliert – ein Aspekt, der zuvor nur eine Option war.¹²⁸⁸

¹²⁸⁴ BAUMER: 27.10.2001.

¹²⁸⁵ HUNSTEIN: 05.06.2002.

¹²⁸⁶ RUMP: 03/2002.

¹²⁸⁷ EHRET: 01/2001.

¹²⁸⁸ HERCHENRÖDER (2000): 189.

Die Zunahme von Privatkäufern auf den Auktionen führt daher tatsächlich dazu, dass immer weniger Stücke vom Händler auf Auktionen gekauft werden.¹²⁸⁹ Für den Händler verschärft sich die Situation in doppeltem Maße: Die Privatkäufer verschlechtern aus Händlersicht das Preisniveau auf den Auktionen, dadurch muss der Händler mehr von Privat ankaufen. Dieser Ankauf wird allerdings ebenfalls durch die Auktionskonkurrenz erschwert, da der Verkäufer häufig Kenner der Referenzen der Auktionshäuser ist, d. h. entweder höhere Preise fordert oder gar die Stücke direkt in die Auktion einliefert.

Bei der Einlieferung in ein Auktionshaus legt der Kunde das Limit des Stücks fest. Der Spezialist des Auktionshauses gibt dazu seinen Rat, da er die aktuellen Marktpreise besser im Überblick hat. Bei der Festlegung orientiert man sich an Richtpreisen. Diese sind Ergebnisse vorangegangener Auktionen, deren Zuschläge für eine begrenzte Zeit zum Maßstab werden. De facto macht folglich das Auktionshaus den Preis. Bei sehr wertvollen Stücken kann vereinbart werden, dass das Limit erst kurz vor der Auktion vereinbart wird – so kann man auf das Interesse potentieller Bieter (oder dessen Ausbleiben) reagieren, nachdem der Katalog publiziert und das Objekt in der Vorbesichtigung ausgestellt wurde.¹²⁹⁰ Die Vereinbarung eines Limits war zwar seit den Anfängen der Auktionen gebräuchlich, allerdings nur für wertvollere Stücke.¹²⁹¹

Dieses Limit will sensibel gewählt sein. Eine zu niedrig angesetzte Grenze mag noch von der Konkurrenz der Bieter ausgeglichen werden und führt oft zu besonders harten Bietgefechten - sofern das Haus den entsprechenden Zulauf hat. Sonst kann ein einzelner Bieter das Glück haben, ein unterbewertetes Stück mangels Konkurrenz günstig zu erstehen. Zu ehrgeizige Limits und aggressive Bewertungen jedoch können Interessenten leicht verprellen.¹²⁹² Das Auktionshaus bevorzugt ganz generell das moderate, konservative Limit, denn dieses erhöht die Verkaufschance des Objektes und beschert der Saalauktion möglicherweise ein stimmungshebendes Bietgefecht.

¹²⁸⁹ BRAUN: 11.03.2000.

¹²⁹⁰ BENNETT: 15.05.2000.

¹²⁹¹ Die Anwendung dieser Praxis auf das mittlere und untere Marktsegment wurde erstmals von Sotheby's Anfang der 1970er Jahre eingeführt (KLAUSTER (1982): 58).

¹²⁹² STEPHAN: 15.05.1999; vgl. 6.2.1.1 – Die Kataloge zur Saalauktion.

Eine Besonderheit gilt zuweilen bei geschlossenen Sammlungen: Der Einlieferer kann mit dem Auktionshaus eine „global reserve“, also ein Gesamtlimit vereinbaren. Hierbei werden die Einzelreserven durch eine Addition ersetzt. Der Auktionator kann dann selbst während der Auktion die Reserven der einzelnen Stücke festlegen, da er nur die Gesamtreserve vertraglich zugesichert hat. Dies hat den Vorteil, dass die Spannen, die einzelne Lots über der Reserve zugeschlagen werden, von anderen unterschritten werden können, ohne die Gesamtreserve zu gefährden. Eine generell höhere Absatzquote ist die Folge.¹²⁹³

Ein besonderer Fall liegt vor, wenn ein Händler in eine Auktion einliefert. Im Gegensatz zum Privatverkäufer kennt er nicht nur den Markt und den Wert seines Objektes besser, sondern muss zudem auch wirtschaftliche Rahmenbedingungen beachten. Er kennt seinen Einkaufspreis, und er weiß, welchen Handelsaufschlag er erzielen muss, um rentabel zu arbeiten. Dies führt häufig dazu, dass die Preisvorstellungen des Händlers weit über den Marktpreisen des Objektes liegen – nicht selten sind dann gerade kleinere Häuser verführt, die Ware zum unrealistischen Preis anzunehmen, um den Katalog mit einem attraktiven Objekt aufzuwerten.¹²⁹⁴ Eine Taktik, die nur mir viel Glück (oder über Verhandlungen im Nachverkauf) aufgeht.

Bei der Einlieferung wird ein Vertrag abgeschlossen, zu welchen Konditionen das Haus die Ware verkauft. In Deutschland wird dieser Vertrag von der VerstV vorgeschrieben.¹²⁹⁵ In diesem Vertrag wird die Höhe der Provision festgehalten.¹²⁹⁶ In

¹²⁹³ PEERS: 04.07.2001.

¹²⁹⁴ MÜLLER-MEHLIS: 04./05.04.2003.

¹²⁹⁵ Vgl. 3.3.3 – *Kunstmarktrecht am Beispiel Deutschlands*. In England und den USA ist dies nicht der Fall. So existiert z. B. bei Christie's erst seit 1995 ein derartiges Vertragsformular. Zuvor wurde der Vertrag mündlich geschlossen, ganz in der Tradition eine „Gentlemen-Agreement“, welches unter den Mitgliedern der „Good Old Boys Group“ üblich war. Gleichzeitig wurden die Einlieferungsbedingungen in allen Ländern angeglichen.

¹²⁹⁶ Bei deutschen Auktionshäusern liegt diese im Regelfall zwischen 15% und 20%. Die internationalen Häuser staffeln die Provision nach dem Wert der eingelieferten Ware. Dieser wird für ein Kalenderjahr berechnet. Für die erste Einlieferung wird der Eigner folglich nur nach dem Wert der Einlieferung selbst eingestuft. Erhöht sich der Wert seiner Einlieferungen und erreicht er dadurch eine bessere, d. h. geringere Auktionskommission, erhält er eine Nachzahlung. Ab einer gewissen Höhe der Einlieferung übernimmt das Haus auch Fracht- und Versicherungskosten. Ursprünglich war diese Provision eine reine Frage der Verhandlung zwischen Auktionshaus und Einlieferer. In Deutschland erfolgte eine vertragliche Regelung in Form von Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) mit der Verpflichtung zum Versteigerungsvertrag, wobei auch hier die Provision angepasst werden kann und wird.

aller Regel gewähren die Häuser Händlern sowie Museen deutlich bessere Einlieferungsbedingungen als Privateinlieferern. Der Einlieferungsvertrag ist nun die Grundlage der Versteigerung; daher sollte er nicht nur die Ware und deren Schätzpreise, sondern auch alle sonstigen Vereinbarungen umfassen. Besonders zusätzliche Instrumente zur Herstellung von Kundenkontakten, kostenlose Abbildungen von Vergleichsstücken etc. sollten hier geregelt sein. Zuweilen hat ein mangelhafter Einlieferungsvertrag dann auch juristische Folgen, wenn der Verkäufer gerichtlich Einspruch gegen die Auktionsdurchführung geltend macht.¹²⁹⁷

Häufig verbinden große Kunsthändler den Betrieb ihres Handels mit dem eines Auktionshauses und umgekehrt.¹²⁹⁸ Die Einlieferung in eine Auktion ist dann eine reine Warenverschiebung auf dem Papier. Kunsthändler prangern diese Verquickung an: Dadurch, dass der Unternehmer als Händler wie auch als Versteigerer agiere, sei die nötige Neutralität des Auktionshauses nicht mehr gegeben.¹²⁹⁹ Als Beispiel wird die Einlieferung angeführt. Bringt der Kunde ein wertvolles Stück und hat dafür nur eine geringe Preiserwartung, kauft der Unternehmer als Händler die Ware direkt an, um den geringen Preis in eine möglichst große Gewinnspanne umsetzen zu können. Liegt eine der beiden Voraussetzungen nicht vor, so veranlasst er den Kunden zur Einlieferung in die Auktion, wo jener die Kosten wie das Verkaufsrisiko selbst trägt.¹³⁰⁰

In einem Fall sind die Händler oder Auktionshaus-Handel-Kombinationen gegenüber den reinen Auktionshäusern auf dem Beschaffungsmarkt im Vorteil: Häufig haben

¹²⁹⁷ Der prominenteste Fall war die Versteigerung der Sammlung Luckett bei Sotheby's. Man hatte zur Gewinnung der Einlieferung große Versprechungen gemacht: Zusätzlich zu den üblichen Instrumenten zur Herstellung von Kundenkontakten sollte z. B. im eigenen Sotheby's Institute eine Vorlesung über die Sammlung gehalten werden, um die einzelnen Stücke bekannter zu machen. Zudem erhielt Al Luckett einen Vorschuss, den das Auktionshaus mit 2% verzinst. Die Versteigerung war ein großer Misserfolg, die Einnahmen lagen weit unter den Erwartungen. Sotheby's forderte einen Teil des bereits ausgeschütteten Geldes zurück. Luckett verlor den von ihm daraufhin angestregten Prozess: Die zusätzlichen Instrumente zur Herstellung von Kundenkontakten waren zwar in Briefen fixiert, jedoch nicht im Versteigerungsvertrag. Und mit dem Vorschuss mit Darlehenscharakter hatte das Auktionshaus nichts zu tun: Das Geld kam von Sotheby's Financial Services, einer separaten Firma. (PEERS: 17.07.2000).

¹²⁹⁸ Vgl. 2.1.3 – *Die Mischform*.

¹²⁹⁹ HOFSTETTER: 02.06.1999.

¹³⁰⁰ Zur Verteidigung derartiger Unternehmer kann man anführen, dass es durchaus solche gibt, die ihre beiden Betriebe strikt trennen und nur in der (eigenen) Auktion in Konkurrenz zu anderen Bietern kaufen. Zudem hat diese Verknüpfung zumindest in Deutschland eine jahrzehntelange Tradition (WILHELM (1990): 253).

Eigentümer von begehrten Stücken daneben auch noch diverse weniger hochwertige Stücke, besonders dann, wenn es sich beim Verkäufer ebenfalls um einen Händler oder aber um einen Erben handelt. Mit der Auflage der Gesamtabnahme hat der Händler (bzw. die Auktionshaus-Händler-Kombination) geringere Probleme, da er den Absatz der Stücke ihren Qualitäten entsprechend auf viele Kanäle verteilen kann.

Ein Erbe wird sich von einem Auktionshaus möglicherweise noch davon überzeugen lassen, nur die geeigneten Stücke einzuliefern. Ein Händler jedoch wird auf einer Gesamteinlieferung bestehen, um die Verkaufschance seiner Objekte im Rahmen einer Auktion zu erhöhen. Diese Füllware hat zumindest den Vorteil, dass die Auktionen ausreichend Material haben, um rein vom Umfang her interessant zu bleiben. Sie ist auch ein Grund dafür, dass zahlreiche Auktionshäuser inzwischen ergänzende Auktionen auf niedrigem Niveau durchführen. Hier kann man mit geringerem Aufwand an Abbildungen und Beschreibungen geringwertige Ware absetzen und sich gleichzeitig die guten Stücke sichern, die das Niveau der großen Auktionen festigen.

Neben der sofortigen Bezahlung des Verkäufers hat der Händler gegenüber dem Auktionshaus zwei weitere Vorteile: Er kann sich leichter auf ein Gebiet spezialisieren, bis hin zu in der Forschung anerkanntem wissenschaftlichem Arbeiten.¹³⁰¹ Dieser Vorteil ist natürlich auch für den Absatz der Ware relevant, da der spezialisierte Händler ein kompetenterer Verkäufer ist. Wirklich schlagend kann diese Spezialisierung aber im Einkauf sein, besonders im Auktionseinkauf. Die Auktionshäuser sind in aller Regel Generalisten. So ist der spezialisierte Händler dem Auktionator oft überlegen.¹³⁰²

Der zweite große Vorteil ist, dass der Händler häufig mehr Zeit hat, sein Expertentum anzuwenden. Zwischen Einlieferung und Katalogdrucklegung verbleibt oft nur eine kurze Zeitspanne, in welcher der zuständige Spezialist alle Objekte seines Gebietes untersuchen muss. Nicht selten sind spezialisierte Händler in der Lage, ein in einer Auktion gekauftes Objekt für einen signifikant höheren Preis zu verkaufen, weil sie

¹³⁰¹ PASTRE: 5/2000-2.

¹³⁰² ZELLER: 19.07.1999.

wichtige Hintergrundinformationen haben entdecken können, zu deren Erforschung dem Auktionshaus schlicht die Zeit fehlte.¹³⁰³

Fazit zu **5.2 Konkurrenz auf dem Beschaffungsmarkt**: *Durch den direkten Ankauf hat der Händler den Vorteil der sofortigen finanziellen Befriedigung des Verkäufers. Allerdings sind auch Auktionen eine wichtige Beschaffungsquelle für den Handel. Hier hat sich die Situation in den letzten Jahren signifikant verändert, da die Zunahme der Endkunden bei Auktionen einerseits das Preisniveau zu steigern in der Lage ist, andererseits diese Privatkunden auch dem Beschaffungsmarkt der Auktionen zuführt. Zudem hat der Händler in aller Regel mehr Zeit, Objekte zu erforschen. Hat er das Stück erst akquiriert, sind seine Chancen größer, durch intensivere Nachforschungen Umstände zu entdecken, welche positiven Einfluss auf den Marktwert haben. Diese Möglichkeit kann er in sein Angebot an den Verkäufer einbeziehen.*

5.3 Kundenkontakte auf dem Beschaffungsmarkt

Der Kunst- und Antiquitätenmarkt unterscheidet sich in der Beschaffung stark von anderen Märkten. Im Vordergrund steht das “know where” des Händlers oder Auktionators.¹³⁰⁴ Dieses Wissen beschaffen sich Handel und Auktionen auf unterschiedliche Weise. Lediglich die kostenlose Beratung von Eigentümern, Vermittlern oder auch Versicherungen ist eine von beiden Seiten gleichermaßen ausgeübte Praxis: Die hauseigenen Experten begutachten die Ware, das Auktionshaus oder der Händler hat in der Folge ein Verzeichnis, wer welche Kunstwerke besitzt.¹³⁰⁵

Instrumente zur Gewinnung von Kundenkontakten lassen sich unterteilen in direkte Maßnahmen wie die Publikation besonderer Fähigkeiten oder Dienstleistungen sowie die finanzielle Unterstützung von Kulturveranstaltungen einerseits und in die

¹³⁰³ So unter zahllosen Beispielen das der New Yorker Galerie Salander-O'Reilly, welcher auf einer Auktion eine Terrakotta-Figur kaufte, die sich als eigenhändiges Bozetto für Berninis Brunnenfigur für die Anlage der römischen Piazza Navona entpuppte (STUDER: 07./09.03.2003; HERCHENRÖDER: 14./15.03.2003).

¹³⁰⁴ BEIL (1995): 5.

¹³⁰⁵ Diese Beratung von Versicherungsgesellschaften hat in erster Linie in Großbritannien und den USA stattgefunden bzw. findet dort statt. In Deutschland beschäftigen sechs der sieben

Referenzpolitik andererseits. Letztere dient dazu, dem potentiellen Verkäufer durch ständiges Vorhalten der letzten Verkaufserfolge bewusst zu machen, dass das eigene Unternehmen für die aktuell zum Verkauf stehende Ware des Kunden den besten Preis erzielen kann bzw. den besten Einkaufspreis zahlt.¹³⁰⁶

5.3.1 Handel

5.3.1.1 Kommunikationspolitik

Kommunikation mit Interessierten wird im Sinne der Referenzpolitik, vor allem aber als Instrument zur Gewinnung von Kundenkontakten auf dem Absatzmarkt eingesetzt.¹³⁰⁷ Unabhängig vom Schwerpunkt der Public Relations betreffen ihre Gestaltungsmerkmale wie die Schaffung einer Corporate Identity selbstredend auch den Beschaffungsmarkt.¹³⁰⁸ Kundenkontakte auf dem Beschaffungsmarkt erreicht der Händler vor allem durch Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften sowie durch Einrichtung einer Website.¹³⁰⁹

Ebenfalls Kundenkontakte auf dem Beschaffungsmarkt soll die kostenlose Expertensprechstunde herstellen. Hier kann sich (vor allem der spezialisierte) Händler einen guten Marktüberblick verschaffen, da sich viele Sammler mit ihren Trouvaillen zur Taxierung an den Handel wenden. Museen, die ebenfalls derartige Sprechstunden anbieten, dürfen nämlich keine Wertangaben machen und schicken daher den Besucher nach der Beratung bezüglich Alter und Stil zu Händlern oder Auktionshäusern. Zudem schafft die Beratung eine persönliche Verbindung zwischen Eigentümer und Haus, die sich im Falle eines späteren Verkaufs als ausschlaggebend erweisen könnte.

Versicherungen, die Kunstwerke versichern, eigene Experten. Lediglich das Unternehmen Hiscox greift auf Christie's-Experten zurück (DOHMEN: 28.05.1999; TEIBLER: 02/2001).

¹³⁰⁶ Für die beiden Rivalen Sotheby's und Christie's ergibt sich hierbei das Problem, dass die Häuser nicht eindeutig zu differenzieren sind. Häufig werden die Namen vertauscht, so dass ein eigenes referenzpolitisches Beschaffungsinstrument eher im Aufrechterhalten des Eindrucks "Beide Häuser erzielen auf dem Weltmarkt die höchsten Preise" besteht. Die Gefahr des Namensirrtums besteht natürlich auch bei negativen Meldungen, so dass keines der beiden Unternehmen an einem Skandal des Konkurrenten interessiert sein kann. Sogar in der Berichterstattung kommt es vor, dass in einem Artikel beide Namen synonym verwendet werden (so z. B. bei VOGEL: 13.04.1999 oder THIBAUT: 02/2001).

¹³⁰⁷ Vgl. 6.1.4 – *Kundenkontakte auf dem Absatzmarkt*.

¹³⁰⁸ PÜSCHEL (2001): 28.

Darüber hinaus ist ein Kontakt des Kunsthändlers mit (anderen) Experten seines Fachgebietes von großer Wichtigkeit; handelt es sich um einen Galeristen, sind dies neben den von ihm vertretenen Künstler weitere Künstlerkollegen, ansonsten Händlerkollegen, Museen und Kunstvereine, Vertreter der Kunstkritik, Verleger etc. Legendär sind Allianzen zwischen den Malergruppen der Avantgarde am Ende des 19. Jahrhunderts und Händlern, welche die geeignete Plattform für Gruppenausstellungen und Veröffentlichungen boten.¹³¹⁰

Der Händler hat zudem die Möglichkeit, seinen Geschäftsbetrieb durch Publikationen bekannt zu machen. Dies sind in erster Linie seine Verkaufskataloge,¹³¹¹ aber auch Publikationen zu Themen seines Marktbereichs, welche er selbst verfasst und oder verlegt: Bücher, Zeitungen und Zeitschriften, Mappenwerke, Vorzugsausgaben, Sondergraphiken, zuweilen gar Werksverzeichnisse.¹³¹² Das Erforschen von Kunstobjekten ist eine der Kerntätigkeiten des Kunsthandels, und nicht selten verfügt ein spezialisierter Händler über größeres Fachwissen in seinem Bereich als die akademische Forschung.¹³¹³ Speziell der Galerist kann so versuchen, dem Augenblickseffekt der Kunstbetrachtung Dauer zu verleihen.¹³¹⁴ Vorbild dieses Aspekts händlerischer Tätigkeit ist sicherlich Herwarth Walden, welcher als Verleger, Kritiker und Galerist in Personalunion die Berliner Kunstszenen der 1920er Jahre beherrschte.¹³¹⁵

Durch die wissenschaftliche Bearbeitung seines Fachgebietes kann der Händler seinen Tätigkeitsbereich und sein Wissen dokumentieren, im Falle einer Programmgalerie vor allem die Künstler seines Programms bekannt machen. Häufig sind aus der Fachkenntnis des Händlers und seinem intensiven und direkten Austausch mit dem Künstler wichtige und bahnbrechende Publikationen entstanden. Der Umstand, dass sie vor allem in der Vergangenheit zuweilen nur wenig akademisch angelegt waren, kann durch das inhaltliche Erfassen und die Vermittlung

¹³⁰⁹ EL HARIRI (2002): 3.

¹³¹⁰ THURN (1994): 122.

¹³¹¹ Vgl. 6.1.4.1 – *Kataloge*.

¹³¹² BERGGRUEN (1996): 126; THURN (2002): 55, 147; PASTRE: 07/2002.

¹³¹³ DORMENT: 04/2004.

¹³¹⁴ THURN (1994): 217; THURN (2002): 54.

¹³¹⁵ PRESLER: 02/2003.

einer neuen Strömung leicht ausgeglichen werden – als prominentes Beispiel sei hier Daniel-Henry Kahnweilers Werk „Der Weg zum Kubismus“ genannt, welches er 1920 in München unter dem Pseudonym Daniel Henry veröffentlichte.¹³¹⁶

Vor diesem Hintergrund kann auch die Zusammenarbeit des Händlers mit Museen, sei es als Leihgeber von Objekten, vor allem aber als Autor von Katalogtexten, als Instrument zur Herstellung von Kundenkontakten gesehen werden; längst ist der Bereich der kommerziellen Kunstpublikationen zum wissenschaftlichen Forschungsfeld „eo ipso“ geworden.¹³¹⁷

5.3.1.2 Zusammenschlüsse

Der wachsende Konkurrenzdruck führt einerseits zu größerer Spezialisierung, andererseits aber auch zu verstärkten Kooperationen.¹³¹⁸ So ist der Ankauf hochwertiger Stücke – vor allem in Zeiten schmaler Gewinnmargen - sehr schwierig. Schon seit dem späten 19. Jahrhundert schließen sich daher immer wieder Händler zusammen, um einen gemeinsamen Ankauf zu tätigen – man spricht dann von á-meta-Geschäften.¹³¹⁹ Häufig führt dies dazu, dass einige große, finanzstarke Händler ganze Marktbereiche kontrollieren.¹³²⁰ Vor allem im Bereich der Alten Meister gewinnt diese Praxis an Bedeutung, da diese Händler die Bilder ihres Angebotes auch tatsächlich kaufen müssen, wogegen der Galerist in aller Regel mit Kommissionsware arbeitet.¹³²¹

Diese Arbeitsweise ermöglicht zwar den Erwerb auch sehr kostspieliger Stücke, weist aber auch gravierende Nachteile auf: Natürlich wird das Stück für den Sammler umso teurer, je mehr Händler daran verdienen wollen. Zudem umgeben derartige Einkaufsgemeinschaften die Beteiligten gern mit einer trügerischen Ruhe, welche die Eigeninitiative des Einzelnen lähmt. Die vervielfältigte Verpflichtung zum Erfolg des

¹³¹⁶ HENRY (1920); BERGGRUEN (1996): 149 m.w.N.

¹³¹⁷ SCHÖNE: 29.06.2002; KITTEL: 10/2002; EHRET: 01/2003. Besonders herausragend die 2002 publizierten Studien zum Gemäldehandel im deutschsprachigen Raum vor 1800 (FREDERICKSEN/ARMSTRONG (2002)).

¹³¹⁸ THURN (1994): 114.

¹³¹⁹ THURN (1994): 155; BERGGRUEN (1996): 141.

¹³²⁰ HERCHENRÖDER (2000): 256 am Beispiel des internationalen Silbermarktes.

¹³²¹ BAUMER: 22.10.2001.

Geschäfts führt dazu, dass diese Zusammenschlüsse nur sichere Werte einkaufen. Die Aufgabe des Händlers, unbekannte Künstler oder Bewegungen zu entdecken und zu fördern, leidet darunter.¹³²² Diese Entwicklung wird vor allem in Deutschland von der restriktiven Kreditvergabepolitik der Banken („Basel 2“) gefördert, welche zu immer zurückhaltenderer Kreditvergabe an Kunstmarktunternehmen führt, da der Kunstmarkt als ökonomischer Risikofaktor angesehen wird.¹³²³

5.3.1.3 Die Grenze zwischen Primär- und Sekundärmarkt

Besonderheiten gelten für den Galeristen, der Künstler vertritt. Er zeigt ihre Werke, um die Künstler, ihre künstlerischen Positionen und ihre Arbeit einem größeren Publikum bekannt zu machen und einen Absatzmarkt zu schaffen. Bezüglich seiner Künstler hat der Galerist nur diese als Quelle der Beschaffung; kommt ein Werk der von ihm vertretenen Künstlern auf den Sekundärmarkt, wird es also von einem Sammler direkt oder auf einer Auktion angeboten, gilt das oben zur Beschaffung gesagte.

Erträge von Investitionen, die nur innerhalb einer gegebenen Beziehung zu erwirtschaften sind, sind sog. Quasirenten. Da der finanzielle Nutzen ein Ertrag ist, der sich nur in Verbindung mit einem bestimmten Partner ergibt, stellt er eine Quasirente dar. Um diese zu sichern, bilden die Partner eine Koalition, in der sie sich verständigen, alles zu tun bzw. zu unterlassen, was die Quasirente des Partners sichert bzw. gefährdet.¹³²⁴ Eine solche Koalition ist die Verbindung zwischen Galerist und Künstler. Mit „seinen“ Künstlern schließt der Galerist einen Vertrag – oder sollte dies tun. Die Kunstvermittlung auf dem Primärmarkt setzt ein Vertrauensverhältnis voraus, welches viele Galeristen nicht durch schriftliche Verträge beeinträchtigen wollen.¹³²⁵ Aber auch eine mündliche Vereinbarung kann Vertragscharakter haben und Rechte wie Pflichten begründen.¹³²⁶

¹³²² HERCHENRÖDER (1990): 88.

¹³²³ HERCHENRÖDER: 17./18.01.2003.

¹³²⁴ RÖNTE/BONUS (1997): 230, 255.

¹³²⁵ MERKER/MUES: 30.08.2003.

¹³²⁶ MERKER/MUES: 30.08.2003.

Wenn ein Vertrag abgeschlossen wird, hat der Galerist in aller Regel das Gestaltungsrecht, da er komplett in Vorleistung geht.¹³²⁷ Hierbei sind mehrere rechtlichen Formen möglich: Künstler und Galerist können eine gemeinsame Gesellschaft (in Form einer GbR oder GmbH) gründen oder einen Handelsvertretervertrag unterzeichnen.¹³²⁸ Diese (Gründungs-) Verträge enthalten alle Regelungen, um die fortlaufende Produktion des Künstlers zu zeigen und zu verkaufen: Geregelt sind Mindestproduktion oder –abnahme, Zahl der Ausstellungen, Reproduktionsrechte, die Verpflichtung des Galeristen zur Versicherung des Lagers, etwaige Alleinvertretungsansprüche des Galeristen sowie die finanzielle Splittung der Verkaufserlöse, falls der Galerist die Werke des Künstlers nur in Kommission nimmt.¹³²⁹ Gewährt der Händler im Verkauf Nachlässe, gehen diese zu Lasten seines Anteils. Kauft der Galerist die Kunstwerke an, gelten in aller Regel nach Bildgrößen zu berechnende Fixpreise.¹³³⁰ Auch eine Abgabe von Werken vom Galeristen an Untergalerien ist zu regeln.¹³³¹ Ebenso kann der Galerist im Rahmen eines Lizenzvertrages die aus dem Urheberrecht folgenden Nutzungs- und Verwertungsrechte übernehmen.¹³³²

Aber auch eine Auflösung des Verhältnisses muss geregelt werden. Denn nicht immer verläuft die Beziehung zwischen Galerist und Künstler harmonisch; manche Künstler sind verführt, in eine größere, bedeutendere, internationale Galerie zu wechseln, sobald sie am Markt etabliert sind.¹³³³ Häufig werben Galeristen erfolgversprechende Künstler auch bei anderen Galerien ab; Grund ist in aller Regel neben dem Versprechen der besseren Betreuung und professionelleren Vermarktung eine für den Künstler vorteilhaftere Aufsplittung der Erlöse.¹³³⁴ Umgekehrt beenden Galeristen die Vertretung von Künstlern, die sich nicht wie erhofft am Markt haben durchsetzen lassen.¹³³⁵ In diesen Gestaltungsbereich fällt auch eine Haftungsbegrenzung, falls

¹³²⁷ SEEGER (2001): 4.

¹³²⁸ HABIGHORST (2001): 15f.

¹³²⁹ IBACH (2002): 11; TROLLE (2002): 22; ZIMMERMANN (2002): 296ff.; PLANTA: 25.03.2000. In aller Regel wird der Kaufpreis in Fällen des Kommissionsverkaufs hälftig geteilt, zuweilen beträgt die Splittung 40-60 zugunsten des Künstlers (THURN (1994): 198; ALIHODZIC/REHM: 19.07.2003).

¹³³⁰ THIBAUT: 31.03./01.04.2000.

¹³³¹ MERKER/MUES: 30.08.2003.

¹³³² Gem. §§ 26, 31ff. UrhG; GEUTING (2002): 15.

¹³³³ GEUTING (2003): 12; THON: 03/2004.

¹³³⁴ SEEGER (2001): 8f.

¹³³⁵ BARTELS: 24./25.11.2000.

einer der Vertragspartner Handlungen unternimmt, welche dem anderen (bzw. der gemeinsamen Gesellschaft) schaden können.¹³³⁶

Geht eine Beziehung zwischen Galerist und Künstler auf diese Art zu Ende, gibt es oft nachträgliche Unstimmigkeiten. Vorrangig ist die Frage, wem der Warenbestand gehört, der als Kommissionsware sich beim Galeristen befindet. Folge einer Vertragsauflösung ist zuweilen auch eine genauere Überprüfung und Neuabrechnung abgewickelter Geschäfte.¹³³⁷ Häufig kommt dann zu Tage, dass das Verhältnis zwischen Galerie und Künstler über diese geschäftlichen Faktoren hinaus äußerst vielschichtig ist, wenn z. B. der Galerist Inventare erstellt, ein Werkverzeichnis führt, Steuerklärungen oder gar ein Testament für den Künstler vorbereitet.¹³³⁸ Häufig erkennt eine Partei erst in dieser Phase, wie sehr sie der ursprüngliche Vertrag benachteiligt hat.¹³³⁹ Wassiliy Kandinskys Witwe Nina hat die Situation im Gespräch mit Roman Norbert Ketterer einmal beschrieben: „Wenn ich mich ganz klar ausdrücken will, so meine ich, dass die Künstler auf diese Art und Weise oft beraubt wurden. Was konnte man aber schon tun?“¹³⁴⁰ Dem Galeristen demgegenüber ist es ein Leichtes, sich einen Abfindungsanspruch vertraglich zusichern zu lassen für den Fall, dass der Künstler nach der Etablierung auf dem Markt die Galerie wechselt und der Erstgalerist um die Früchte seiner Arbeit gebracht wird.¹³⁴¹

Bei der Akquise im Atelier ist der Händler jedoch nicht mehr konkurrenzlos. Mittlerweile versuchen auch die Auktionshäuser, auf dem Beschaffungsmarkt der Galerien, nämlich direkt bei den Künstlern, Ware zu erhalten. Einerseits werden sie von geschickten Sammlern instrumentalisiert,¹³⁴² andererseits treten sie selbst an

¹³³⁶ Hier ist eine Absenkung der Sorgfaltspflicht auf den Maßstab der eigenüblichen Sorgfalt die Regel (GEUTING (2003): 15).

¹³³⁷ HERSTATT: 28.02.2002. Berühmtester Fall der Neuzeit war der Gerichtsstreit zwischen der Marlborough-Galerie und dem Erben des von Marlborough Fine Arts vertretenen Künstlers Francis Bacon. Der Galerie wurde vorgeworfen, den Künstler bei der Abrechnung benachteiligt zu haben, indem man bis zu 70% vom Erlös der Verkäufe einbehielt. Der Streit wurde durch eine außergerichtliche Einigung zwischen den Parteien beigelegt (THIBAUT: 23./24.03.2002).

¹³³⁸ KROPMANNS: 29.01.2000; PLANTA: 26.05.2001.

¹³³⁹ PLANTA: 25.03.2000.

¹³⁴⁰ KETTERER (1988): 99.

¹³⁴¹ IMDAHL: 01.07.2000.

¹³⁴² Zum Verhältnis von Christie's zu dem Londoner Sammler Charles Saatchi vgl. 2.2.3.2 – Der Händler-Sammler.

Künstler heran, um neue Marktgebiete international handelbar zu machen.¹³⁴³ Hinzu kommt, dass immer mehr Künstler sich selbst der inhaltlichen wie der kommerziellen Vermittlung ihrer Werke widmen und hierzu Partnerschaften mit Art-Consultants und Unternehmen eingehen.¹³⁴⁴

5.3.2 Auktionshäuser

Gegenüber dem Handel hat ein Auktionshaus auf dem Beschaffungsmarkt den Vorteil, dass es eine transparente Preisbildung verspricht und sowohl Verkäufer als auch Vermittler von guten Erlösen profitieren – die alte Angst, vom gewieften Kunsthändler benachteiligt zu werden, entfällt so.

5.3.2.1 Expertensprechstunden und Referenzpolitik

Wie der Handel so unternimmt auch das Auktionshaus Expertensprechstunden. Diese sind besonders spezialisiert und regelmäßig bei großen Häusern, deren Experten turnusmäßig alle Niederlassungen bereisen, um angebotene Ware zu begutachten.¹³⁴⁵

Für die Auktionshäuser ist vor allem die Referenzpolitik ein wichtiges Instrument zur Gewinnung von Kundenkontakten. Wer sich einmal im Bewusstsein des Kunden als erfolgreicher Verkäufer etabliert hat, wird in sehr hohem Maße automatisch um sein Urteil gebeten – der erste Schritt zur Einlieferung.

Zu diesem Zweck wird gern verschleiert, wie hoch die Rückgänge auf Auktionen sind. Ursprünglich wurden in den internationalen Häusern fiktive Kundennamen genannt, um einen Verkauf vorzutäuschen.¹³⁴⁶ Heute gilt zumindest für britische und amerikanische Versteigerungen die Regel, dass der Auktionator klar angeben muss, ob ein Lot zugeschlagen wurde oder nicht. Die frühere Angabe “Unsold”, deren

¹³⁴³ Als Beispiel sei die Auktion Asian Avantgarde am 12.10.1998 bei Christie’s London genannt. Ein Großteil der Werke stammte von im Westen unbekannten Künstlern, die man unter Umgehung ihrer Galeristen angesprochen hatte (COLEMAN: 12/1998). Auch unter dem Einfluss der Asienkrise war dieser Auktion jedoch kein Erfolg beschieden - nach Wert wurden 80% der Lots nicht verkauft (BÜRKLIN: 24.10.1998).

¹³⁴⁴ DORNBRACHT (2002): 99.

¹³⁴⁵ HERSTATT: 18.09.2003.

Vorsilbe gern verschluckt wurde,¹³⁴⁷ wurde durch die Angabe “Passed” ersetzt. Erreicht ein Lot die Reserve nicht, wird als Ergebnis “Bought in” angegeben, d. h. die Versteigerung als Rückkauf des Einlieferers gewertet.¹³⁴⁸

Deutsche Häuser unterliegen keinen derartigen Regeln. Speziell Unternehmen, die auch zu Geboten unterhalb der Reserve “unter Vorbehalt” zuschlagen, haben mit dieser Methode ein Manipulationsinstrument: Der Zuschlag wird erst nach Rücksprache mit dem Einlieferer bestätigt. Die Ergebnisliste wird allerdings direkt im Anschluss an die Auktion ausgedruckt und nicht aktualisiert. So kann niemand erkennen, wie viele der Vorbehaltszuschläge tatsächlich in Verkäufe münden.

Nur zum Zwecke der Referenzpolitik werden Rekordpreise in hohem Maße kommuniziert. Hierbei kennt auch der Erfindungsreichtum keine Grenzen.¹³⁴⁹ Die Bandbreite reicht vom „Weltrekord für den Künstler“ über den „Auktionsrekord für den Künstler“ bis hin zum Rekordpreis „für eine Arbeit dieses Künstlers auf Papier“ oder „für ein Frühwerk des Künstlers“.

Unabhängig von derartig spezifischen Rekorden wird jährlich eine Liste der 10 höchsten Zuschläge des Jahres veröffentlicht. Diese fallen in aller Regel bei den beiden großen Häusern Christie’s und Sotheby’s an. Phillips ist auf derartigen Listen erst seit 2000 vertreten.¹³⁵⁰ Darüber hinaus gibt es eine Liste der 10 teuersten Bilder aller Zeiten. Diese wird nicht regelmäßig publiziert, sondern nur dann, wenn ein Bild sich einen Platz auf der Liste erobern konnte.¹³⁵¹

Jedes Unternehmen weist zudem in eigenen Publikationen auf die erreichten Preise hin, sei es durch monatlich erscheinende Magazine und Prospekte, die vor allem auf kommende Auktionen aufmerksam machen, aber durchaus auch Rekordpreise

¹³⁴⁶ Die Veröffentlichung dieser Praxis durch die Londoner “Times” 1970 beendete diese Vorgänge (LACEY (1998): 185).

¹³⁴⁷ Der Insider konnte den Nichtverkauf aber trotzdem als solchen erkennen, da auf die Angabe „sold“ keine Bieternummer folgte.

¹³⁴⁸ ZEITZ: 09.11.2002; vgl. 6.2.1.3 – *Der Auktionsablauf*.

¹³⁴⁹ BRAUN: 11.08.2001.

¹³⁵⁰ GROPP: 30.12.2000-1; VOGES: 04.01.2003.

¹³⁵¹ GOODMAN: 01.07.2001.

vermelden, oder aber durch die in Buchform in imposantem Umfang erscheinenden „Saisonrückblicke“.¹³⁵²

Mittels der Referenzpolitik ist es auch kleineren Unternehmen möglich, potentielle Kunden nicht nur auf hohe, im eigenen Haus erreichte Preise aufmerksam zu machen, sondern auch eine Spezialisierung zu kommunizieren, welche dazu führen kann, dass die höchsten Preise für bestimmte Gebiete oder Künstler nicht in den internationalen Häusern, sondern in kleinen, eher nationalen oder sogar regionalen Unternehmen erzielt werden.¹³⁵³

5.3.2.2 Garantieverprechen

Zu den direkten Instrumenten der Beschaffung, welches sich eher an die Händlerschaft sowie Eigentümer besonders teurer Objekte wendet, gehört auch die Garantie. Bei besonders wichtigen Stücken garantieren die großen Häuser dem Einlieferer oft einen Mindestzuschlagspreis, um ihn zur Einlieferung zu bewegen.¹³⁵⁴ Im Bereich der Garantie liegt der Vorteil der finanzstärkeren Multis gegenüber den kleineren Mitbewerbern.¹³⁵⁵ Experten gehen davon aus, dass eine Garantie in aller Regel 70% des erwarteten Erlöses (d. h. des Schätzpreises) beträgt.¹³⁵⁶ Gehört die Garantie in Europa noch zu den Geheimnissen des Geschäfts, so verpflichtet das US-amerikanische Auktionsrecht jeden Versteigerer, alle Lose im Katalog zu markieren, an denen das Versteigerungsunternehmen ein finanzielles Interesse hat, d.h. entweder selbst Eigentümer ist oder aber einen Mindestpreis garantiert hat.¹³⁵⁷

Einem größeren Kreis wurde die Garantie durch das Auftreten von Phillips in der obersten Liga des Marktes bewusst. Durch den Zugang zu den finanziellen Ressourcen des neuen Eigentümers LVMH sah sich das Auktionshaus in der Lage, den angestrebten Anschluss an die beiden Marktführer Christie's und Sotheby's durch

¹³⁵² KLAUSTER (1982): 61.

¹³⁵³ Als Beispiele sei hier auf die Rekordverkäufe von Spitzweg-Gemälden durch das Münchner Auktionshaus Neumeister sowie auf das hohe Preisniveau von Arbeiten der Wiener Werkstätten bei Auktionen der Wiener Auktionshäuser Dorotheum und im Kinky hingewiesen (FECHTER: 2000-2; SACHS: 30.09.2000).

¹³⁵⁴ WATSON (1992): 16.

¹³⁵⁵ HUSSLEIN: 3/1988.

¹³⁵⁶ KINSELLA: 28.04.1999.

¹³⁵⁷ BENNETT: 08.05.2000; BÜRKLIN/BARKER: 24.06.2000.

Einsatz enormer Garantien zu beschleunigen.¹³⁵⁸ Schon zu seiner ersten Auktion nach Übernahme und Relaunch hatte man Stücke akquiriert, welche in früheren Jahren niemals ihren Weg zu Phillips gefunden hätten. In Ermangelung eines geeigneten Auktionssaales wurde das American Craft Museum in New York angemietet und für US\$ 1,3 Millionen (temporär) umgebaut.¹³⁵⁹ Das Ergebnis der Auktion zeigte, dass man zwar Expertenwissen und Ware „einkaufen“ kann, nicht aber eine qualifizierte Nachfrage.¹³⁶⁰

Auch der darauf folgenden Auktion war kein Glück beschieden: Es war dem Haus gelungen, einen Teil der weltberühmten Sammlung von Heinz Berggruen anvertraut zu bekommen. Berggruen hatte den Großteil seiner Sammlung, die Meisterwerke des Impressionismus und der Moderne umfasst, in den 1990er Jahren an die Bundesrepublik Deutschland verkauft. Nachdem diese Stücke 1996 im Stühler-Bau gegenüber von Schloss Charlottenburg in Berlin eine museale Bleibe gefunden hatten, scheiterte der Ankauf der zweiten Tranche am Geldmangel des Bundes und der Stadt Berlin sowie fehlenden Sponsoren.¹³⁶¹

Zu Phillips hatte Berggruen über den neuen Chef Simon de Pury diverse Querverbindungen. Zum einen hatte de Pury schon versucht, als Leiter der Initiative GenevArt die Sammlung für ein Genfer Museum zu gewinnen.¹³⁶² Zum anderen arbeitete Heinz Berggruens Sohn Oliver in der Genfer Kunsthandlung de Pury & Luxembourg.¹³⁶³ In Verbindung mit einem hohen Garantieversprechen – die Rede war von mindestens US\$ 120 Millionen¹³⁶⁴ – gelang es de Pury, die sieben Gemälde für eine Versteigerung bei Phillips in New York zu erhalten.

Diese Einlieferung brachte Phillips sicherlich das höchste Medieninteresse in seiner 200-jährigen Geschichte. Hinzu kam, dass man zwei Renoir-Gemälde von Henry A.

¹³⁵⁸ THORNCROFT: 06./07.05.2000.

¹³⁵⁹ MASON: 11.05.2000.

¹³⁶⁰ Das Toplos, Kasimir Malewitschs „Suprematistische Komposition“, als erstes seiner Werke überhaupt auf einer Auktion, musste weit unter der Schätzung angeblich von Bernard Arnault, dem damaligen Eigentümer des Hauses, gekauft werden, um ein Durchfallen zu verhindern (STEPHAN: 13.05.2000; SCHAERNACK: 16.05.2000; THORNCROFT: 13/14.05.2000)

¹³⁶¹ HÖHMANN: 17.02.2001.

¹³⁶² BERGGRUEN (1996): 19.

¹³⁶³ NEUMEISTER: 23.06.2001; THORNCROFT: 09.05.2001.

¹³⁶⁴ DITTMAR: 17.05.2001.

Kravis akquirieren konnte. Dass dieser zum besagten Zeitpunkt Mitglied des Verwaltungsrats von Sotheby's war, wurde als Beleg für die Verlockung angesehen, welche eine besonders hohe Garantie darstellen kann. Die Auktion selbst war enttäuschend: Nur für fünf der sieben Berggruen-Gemälde konnte ein Käufer gefunden werden; das Hauptstück, „Montaigne Sainte-Victoire“ von Paul Cezanne wurde weit unter der Erwartung von US\$ 60 Millionen¹³⁶⁵ „nur“ für US\$ 35 Millionen zugeschlagen – wieder der Firma selbst, wie die Presse zu wissen meinte.¹³⁶⁶ Auch eines der beiden Kravis-Bilder blieb unverkauft.

Die Kehrseite des erhöhten öffentlichen Interesses war die umfassende und in aller Regel sehr negative Besprechung des Versteigerungsergebnisses.¹³⁶⁷ Erschwerend kam hinzu, dass Heinz Berggruen sich nach der Auktion über die Deutsche Presseagentur zu Wort meldete, um seine Enttäuschung über den Verlauf dieses Geschäfts bekannt zu geben – er habe ein deutlich besseres Ergebnis erwartet.¹³⁶⁸ Umgehend wurden Tabellen veröffentlicht, die Schätzungen mit Ergebnissen verglichen, um den Verlust von Phillips zu erfassen: Allein in dieser Auktion soll das Auktionshaus US\$ 65 Millionen verloren haben.¹³⁶⁹

Für diesen Misserfolg sind mehrere Gründe ersichtlich. Durch Berggruens Händlertätigkeit waren die Bilder nicht wirklich marktfresh; durch die Garantie die Schätzungen hoch.¹³⁷⁰ Die Presse hat in hohem Maße auf den Gesichtspunkt des „dealer-collectors“ in Berggruens Biographie abgestellt, was beim Käufer häufig einen gewissen Widerwillen hervorruft.¹³⁷¹ In Ermangelung eines gewachsenen Kundenstamms konnte Phillips nur sehr schwer im Vorfeld einzelne Sammler über

¹³⁶⁵ SCHAERNACK: 09.05.2001.

¹³⁶⁶ DITTMAR: 17.05.2001. Dieses Ergebnis war vor allem deshalb enttäuschend, weil der Pariser Händler Philippe Cazeau Berggruen schon Ende der 1990er Jahre US\$ 50 Millionen für das Bild geboten hatte (MELIKIAN: 12./13.05.2001).

¹³⁶⁷ „...Flauer Einstieg...zum Zähneklappern...Premiere wurde zur Pleite...“: SCHAERNACK: 09.05.2001; „...zähflüssige Lustlosigkeit...“: SCHAERNACK: 10.05.2001; „...Phillips is finding it harder to dent the Sotheby's-Christie's duopoly...“: PEERS: 11./12.05.2001; „...glänzend war dieser Abend nicht...“: GROPP: 12.05.2001; „...Ehrgeiz ist ein schlechter Taxator...“: DITTMAR: 17.05.2001.

¹³⁶⁸ dpa New York: 10.05.2001; HERSTATT: 12.07.2001.

¹³⁶⁹ PEERS: 11./12.05.2001; TOMLINSON/NISSE: 15.07.2001. Noch schlechter war der Ausgang der Londoner Phillips-Auktionen; Vergleiche mit Schlachtfeldern und vielen „Verwundeten“ wurden in der Presse gezogen (VILLINGER: 30.06.2001).

¹³⁷⁰ MELIKIAN: 12./13.05.2001.

¹³⁷¹ MELIKIAN: 12./13.05.2001; vgl. 2.2.3.2 – Der Händler-Sammler.

einzelne, zu den jeweiligen Sammlungen passende Bilder informieren und zum Ankauf ermuntern.¹³⁷²

Dass dieser Misserfolg kein Einzelfall war, zeigten die Auktionen der folgenden Monate;¹³⁷³ der Höhepunkt war die Impressionisten- und Moderne-Auktion am 4. November 2002, in welcher nur 16% der angebotenen Lose verkauft werden konnten.¹³⁷⁴ Nach 18 Monaten seiner unternehmerischen Tätigkeit wurde Bernard Arnault vorgerechnet, dass er ungefähr soviel Geld an garantierten Einlieferungen verloren wie ursprünglich für das gesamte Unternehmen bezahlt hatte.¹³⁷⁵

Vor allem aber zeichnet sich ab, dass der Kunde einen eigenen finanziellen Einsatz des Versteigerers und den damit einhergehenden Verlust an Authentizität des Auktionsgeschehens nicht goutiert.¹³⁷⁶ Die Idealvorstellung des Käufers auf einer Auktion ist die der neutralen Vermittlung. Weiß man aber im Vorfeld, dass das Auktionshaus einen Mindestbetrag garantiert hat, wird diese Autorität des neutralen Vermittlers verwässert: Das Auktionshaus hat bis zum Erreichen der Garantiesumme quasi die Position des Eigentümers und außerdem die Informationen des Vermittlers über die schriftliche Gebotssituation. Dies ist insofern brisant, als dass der Bieter nicht mehr davon ausgehen kann, gegen eine zwar geheime, allerdings vom Auktionshaus und dem Eigentümer *vor* der Auktion vereinbarte Reserve zu bieten.

Denn eine Reserve im eigentlichen Sinne gibt es nicht mehr; das Auktionshaus kann zu jedem beliebigen Preis verkaufen, da es durch den Garantievertrag verpflichtet ist, einen Fehlbetrag zur Garantiesumme als Verlust hinzunehmen oder aber das Stück nach der erfolglosen Auktion selbst zum Preis der Garantiesumme zu erwerben. Dies hat zwei Folgen: Der Bieter weiß nicht mehr, ob er noch gegen den Eigentümer (wie in einer ungarantierten Versteigerung bis zum Erreichen der Reserve) oder gegen das Auktionshaus selbst bietet. Zudem spiegelt der Zuschlagpreis nicht mehr unbedingt

¹³⁷² MELIKIAN: 11./12.11.2000.

¹³⁷³ DUPONCHELLE: 27.07.2001; VOGEL: 27.07.2001; VILLINGER: 28.07.2001; HERCHENRÖDER: 30.10.2001; SCHAERNACK: 09.11.2001; HERCHENRÖDER: 01/2002.

¹³⁷⁴ "Absoluter Negativrekord auf internationalem Parkett" (VOGES: 04.01.2003). Diese Auktion führte zur Aufgabe des Geschäftsbereichs "Impressionistische Kunst" bei Phillips (BENNETT: 16.01.2003), vgl. 2.1.4.4. – *Der Ausstieg*.

¹³⁷⁵ TOMLINSON/NISSE: 15.07.2001; VILLINGER: 23.02.2002; VOGES: 23.02.2002; GROPP: 01.06.2002; GRIMM-WEISSERT: 12.03.2002.

eine tatsächliche Marktsituation wider, sondern vielleicht nur das finanzielle Engagement des Versteigerers. „For nearly 200 years, the auction houses have been the public's guide to the value of artwork,“ stellt Alexandra Peers, Kunstmarktautorin des Wall Street Journal, fest.¹³⁷⁷ Garantieversprechen können diese Transparenz stark beeinträchtigen.

Als eher mittelbare Folge kann der Käufer nicht mehr auf eine unparteiische Beratung vor der Auktion durch die Spezialisten der Abteilung hoffen. Diese haben das Bild katalogisiert und bewertet und kennen es dadurch besonders gut. Doch die Neigung der Mitarbeiter, ein Bild anzupreisen, an dem der eigene Arbeitgeber ein finanzielles Interesse hat, liegt auf der Hand.¹³⁷⁸

Sicherlich können diese Manöver an sich nicht der alleinige Grund für das Scheitern dieses Versuches, mittels Garantien Marktanteil zu kaufen, gewesen sein. Schließlich waren sowohl das Versteigern von (eigentumsrechtlich) „eigenen“ Stücken wie auch die Zusicherung von Mindestertönen seit Jahren auf dem internationalen Markt übliche Praxis. Neu ist allerdings die Transparenz, mit der Phillips diese Zusammenhänge kommuniziert hat – sicherlich mit dem Hintergedanken, weitere Einlieferungen auf Garantiebasis zu erhalten. Der Kunde wurde allerdings durch diese Öffentlichkeit in seinem Vertrauen in die Neutralität der Versteigerung empfindlich gestört und reagierte mit Kaufzurückhaltung.

Zudem muss man sich als Verkäufer die Frage stellen, ob eine Garantie wirklich erstrebenswert ist. Mit der Garantie übernimmt das Auktionshaus den größten Teil des Verkaufsrisikos. Dies wird dem Kunden aber auch in Rechnung gestellt; der Betrag, um den der Zuschlag die Garantiesumme übersteigt, geht zum größten Teil, mindestens aber hälftig an den Versteigerer!¹³⁷⁹ Der Erfolg der Auktion kommt dem Verkäufer nur zum Teil zugute; die Freude über einen besonders hohen Zuschlag

¹³⁷⁶ GROPP: 19.05.2001.

¹³⁷⁷ PEERS: 04.07.2001.

¹³⁷⁸ MOORE: 26.05.2001.

¹³⁷⁹ Ein Rechenbeispiel: Schätzung des Kunstwerks: US\$ 1 Million bis US\$ 1,5 Millionen; Garantiesumme: US\$ 800,000; angenommener Zuschlag: US\$ 1,3 Millionen; angenommene Kommission: 4%; Bei regulärer Einlieferung: Berechnungsgrundlage US\$ 1,3 Millionen abzüglich Kommission i.H.v. 4% = US\$ 52.000,--, Zahlungsbetrag an den Verkäufer US\$ 1,248 Millionen.

dürfte daher nicht ungetrübt sein. Auch hier hat Phillips versucht, durch bessere Bedingungen Marktanteile zu kaufen; die Bedingungen von Phillips-Garantien sollen nach Auskunft von John Block, dem Chief Executive Officer für Nordamerika von Phillips, für den Einlieferer günstiger ausfallen als bei den Rivalen.¹³⁸⁰

„Sie haben tiefe Taschen, aber wir haben die Expertise“, konterte Sotheby's-Chef William Ruprecht.¹³⁸¹ Die beiden großen Häuser wiederum haben als Gegenreaktion zur Freigiebigkeit des Konkurrenten besonders konservative Vergabekriterien für Garantien eingeführt.¹³⁸² Christie's erhöhte sogar insofern die Transparenz der Auktionskataloge, als dass es seit Herbst 2001 die kleinen Symbole, welche ein finanzielles Interesse des Unternehmens am einzelnen Lot anzeigen und die nur nach US-amerikanischem Recht vorgeschrieben sind, bei allen seinen Auktionen weltweit einsetzt. Dies ist eine freiwillige Angabe, da zu dieser Zeit schon das Gerücht, das Auktionshaus habe ein Werk garantiert, die Verkaufschancen reduzieren konnte.¹³⁸³ Allerdings wird nur der Umstand erklärt, dass das Werk garantiert wurde; weder die Garantiesumme noch die Aufsplittung des Ertrages oberhalb dieser Summe werden bekannt gegeben. So schreibt Tom Flynn im britischen Museums Journal: „We hear a lot about increasing transparency in the art market, (...) but all the evidence demonstrates that it remains as opaque as ever“.¹³⁸⁴

Für das Auktionshaus kann eine Garantie abgesehen von einem Verkauf unterhalb der Garantiesumme und den daraus erlittenen finanziellen Verlust eine weitere negative Folge haben: Wird das Werk nicht verkauft, gehört es dem Haus und ist ein teurerer Lagerposten, welcher sich für viele Jahre als unverkäuflich erweisen dürfte.¹³⁸⁵

Für das System Auktion bleiben zwei grundlegende Probleme: In schwierigen Zeiten sind die Eigentümer von exzeptionellen Objekten weniger bereit diese dem Risiko

Bei Garantievertrag: Garantiesumme: US\$ 800,000,--, Rest: US\$ 500,000,--, hälftig aufgeteilt zwischen den Vertragsparteien, Auszahlungsbetrag an den Verkäufer US\$ 1,05 Millionen.

¹³⁸⁰ TULLY: 3/2000.

¹³⁸¹ THIBAUT: 17.05.2001.

¹³⁸² THORNCROFT: 06./07.05.2000; DITTMAR: 17.05.2001; PEERS: 04.07.2001. Sotheby's gab in seiner Bilanzpresseerklärung für das Jahr 2001 sogar als Grund für die hohen Verluste an, dass der Wettbewerb um wichtige Einlieferungen stark gewachsen sei und mit ihm die entsprechenden Kosten (THIBAUT: 15./16.03.2002).

¹³⁸³ RUMBLER: 09.12.2002.

¹³⁸⁴ FLYNN: 04/2003.

einer Auktion auszusetzen und lassen sich oft nur durch hoch dotierte Garantien überzeugen – was wiederum dazu führt, dass aufgrund der hohen Preiserwartung für das Objekt und der generell ablehnenden Haltung der Käufer gegenüber Garantien es das Werk selbst dann schwieriger hat, sich auf dem Markt zu behaupten.¹³⁸⁶

Als zweiter Punkt kommt eine Krise der Glaubwürdigkeit hinzu: „Phillips (...) gave collectors unrealistic expectations of what their art was worth in order to gain market share“, so Alexandra Peers.¹³⁸⁷ Schätzungen, auf deren Basis dann Garantien gegeben wurden und werden, reflektieren nicht mehr den Preis, welchen ein vergleichbares Stück erreicht hat oder den das Expertenteam des Auktionshauses für wahrscheinlich halten, sondern vor allem die Wunschvorstellung des Eigentümers. Die Einlieferung erhält in der Folge das Auktionshaus, das die Garantie zahlt, weil es diesen Preis für gerade noch im Bereich des Möglichen hält.¹³⁸⁸ Dies erschwerte nicht nur die Akquise ganz generell. Der Schaden im Vertrauen den Auktionshäusern gegenüber, dass diese seriöse Schätzungen abgeben, wurde erst durch den historischen Nachweis behoben, dass dieses System nicht wirtschaftlich arbeiten konnte – als Phillips sich 2003 aus den meisten Auktionskategorien wieder zurückzog.¹³⁸⁹

5.3.2.3 Sonstige Finanzdienstleistungen

Die großen Häuser geben nicht nur eine Garantie für den Wert eines Kunstwerkes ab, welches sie zu akquirieren trachten. Mit der Übernahme durch Alfred Taubman hielten bei Sotheby's moderne Managementtechniken und Finanzdienstleistungsangebote Einzug. So führte Taubman 1984 einen Vorschuss auf den Auktionserlös ein, mit der man zaudernde Eigentümer zur Einlieferung bewegen will.¹³⁹⁰ Der Vorschuss beträgt in aller Regel maximal 50% des zu erwartenden Erlöses; der Einlieferer zahlt hierfür Zinsen: Es handelt sich folglich um einen Kredit des Auktionshauses, welches das Kunstwerk als Sicherheit akzeptiert.

¹³⁸⁵ RENTON: 18.02.2003; FLYNN: 04/2003.

¹³⁸⁶ HERCHENRÖDER: 19./20.07.2002.

¹³⁸⁷ PEERS: 04.04.2002.

¹³⁸⁸ MELIKIAN: 18./18.01.2004-2.

¹³⁸⁹ Vgl. 2.1.6.4 – *Der Ausstieg*.

¹³⁹⁰ WATSON (1992): 385.

Hierin ist ein wichtiger Schritt in der Auseinandersetzung mit dem Handel zu sehen, war doch das Angebot der sofortigen Bezahlung der Ware stets ein großer Vorteil des einkaufenden Händlers gewesen. Gleichzeitig wurde damit der Beweis angetreten, dass Kunstwerke bankfähig sind - ein wichtiger Schritt auf dem Weg zum Kunstinvestment. Mittlerweile haben alle großen Häuser ihr Angebot auf derartige Vorschüsse ausgedehnt.

Für den Fall, dass weder Vorschuss noch Garantie den Einlieferer überzeugen können, gibt es immer wieder Auktionshäuser, die das angebotene Stück ankaufen, um selbst als Einlieferer der eigenen Auktion zu fungieren. Auch hier hat Phillips eine Vorreiterrolle; neben Garantien soll der Ankauf in diesem Haus die häufigste Form der Einlieferung sein.¹³⁹¹ Diese Praxis dürfte den Wettbewerb noch stärker manipulieren als die beklagte Verzerrung durch Garantien.¹³⁹²

Eine weitere Spielart wird zuweilen eingesetzt, wenn dem Einlieferer die Garantie des Auktionshauses nicht ausreichend ist, das Auktionshaus aber die Stücke nicht selbst ankaufen kann oder will: Die Garantie an eine dritte Partei. Hierbei kauft eben diese dritte Partei die Kunstwerke, um sie dann gegen eine Garantie des Auktionshauses einzubringen. Das Auktionshaus trägt das Risiko des Nichtverkaufes, die dritte Partei trägt das Risiko, dass die Ausschüttung unter dem an den ursprünglichen Eigentümer gezahlten Kaufpreis bleibt – sei es durch den Nichtverkauf und die Ausschüttung nur der Garantiesumme, sei es durch einen „schlechten“ Verkauf. Der Kontakt zum spekulationsfreudigen Dritten dürfte nahezu ausschließlich über das Versteigerungsunternehmen zustande kommen. Obgleich diese Form häufiger vorkommen soll, war es wiederum bei Phillips, wo eine derartige Transaktion erstmals öffentlich wurde.¹³⁹³

Ebenfalls als ein Instrument der Beschaffung ist die Einlieferungs-Vermittlungs-Provision zu sehen. Jedermann, der einem Auktionshaus eine Einlieferung vermittelt, erhält beim Verkauf der Ware eine Provision, die in aller Regel zwischen einem Drittel und 40% der Kommission beträgt.

¹³⁹¹ FRANKS: 06.04.2001.

¹³⁹² HERSTAT: 03.05.2001.

Nicht vergessen werden sollte auch der Umstand, dass ein großer Teil der Auktionsware keineswegs von Privatpersonen, sondern von Händlern eingeliefert wird. Zu den geschilderten Mechanismen kommt hier ein weiteres Instrument hinzu: Ein Kredit, den das Auktionshaus einem Händler gewährt, damit dieser ein Kunstwerk ankaufen kann, um es in eine Auktion einzuliefern. Hier entsteht leicht ein ähnlicher Problemkreis wie bei einer Garantie, wenn das Bild entweder gar nicht eingeliefert wird oder der in der Auktion erzielte Preis nicht den Darlehensbetrag abdecken kann.¹³⁹⁴

Bezüglich der Händlereinlieferungen gibt es eine weitere Besonderheit: Will man diese langfristig an das Haus binden, sollte man auf rasche Ausschüttung achten - wer verkaufen will, mag nicht lange auf ein Ergebnis warten müssen.¹³⁹⁵ „Auktionshäuser, die sich unter Verweis darauf, dass der Käufer eben noch nicht bezahlt habe, monatelang Zeit lassen mit der Auszahlung des Versteigerungserlöses, sind jedenfalls mit Vorsicht zu genießen,“ so Christian von Faber-Castell, auf Kunstmarkt spezialisierter Autor u. a. des Handelsblatts.¹³⁹⁶

Seit zunehmend junge, zeitgenössische Kunst auch versteigert wird, ist letztlich auch ein guter Kontakt zu lebenden Künstlern hilfreich. Neben den althergebrachten Wegen der Kontaktpflege gibt es vereinzelt sogar Förderprogramme: Sotheby's gibt jungen Künstlern die Möglichkeit, für den Innenhof des New Yorker Gebäudes Skulpturen zu schaffen und finanziert diese. Das Kunstwerk verbleibt trotzdem im Eigentum des Künstlers (oder seines Galeristen) und kann verkauft werden – in diesem Fall erhält das Auktionshaus seine Produktionskosten erstattet.¹³⁹⁷

5.3.2.4 Das Netzwerk

Zur Ausdehnung der Beschaffung werden von großen Häusern seit den 1950er Niederlassungen eröffnet, sog. Repräsentanzen.¹³⁹⁸ In weniger als 20 Jahren haben

¹³⁹³ Im Rahmen der Einlieferung der Sammlung von Wafic Said im Herbst 2000 (VOGEL: 07.11.2000).

¹³⁹⁴ SCHAERNACK: 16./17.02.2001.

¹³⁹⁵ ERHARD: 12/1999.

¹³⁹⁶ FABER-CASTELL: 23.04.1997.

¹³⁹⁷ BRUBACH: 06/2002.

¹³⁹⁸ HERBERT (1990): 44f.

die großen Auktionshäuser nach der Expansion in die USA ein weltumspannendes Netz von Auktionssälen und Niederlassungen etabliert, das ihnen ermöglicht, so rasch wie Wirtschaftsunternehmen anderer Branchen auf Veränderungen des Kunstmarktes wie nationale (Waren-) Moden einzugehen. Aber auch die kleineren, regionalen Auktionshäuser haben Niederlassungen gegründet oder Repräsentanten angestellt;¹³⁹⁹ zuweilen werden sie sogar von Kunsthändlern vor Ort vertreten.¹⁴⁰⁰

Generell dient eine Repräsentanz nicht nur der administrativen Abwicklung von Schätzungen, Einlieferungen oder Käufen, sondern gibt durch die Person des Repräsentanten dem Unternehmen Gelegenheit, innerhalb einer regionalen Kunstszene Präsenz zu zeigen – ein Faktor, der nicht nur geeignet ist, einen interessanten inhaltlichen Austausch mit der Sammlerschaft zu fördern, sondern darüber hinaus auch Vertrauen zu schaffen.¹⁴⁰¹

Die Bandbreite reicht vom Repräsentanten, der nach Dienstschluss seiner eigentlichen Beschäftigung die Kunden berät und auch kleinere Einlieferungen selbst annimmt bis hin zum Büro, dessen Angestellte die (dann in diesen Räumen stattfindenden) Expertensprechstunden und auch die sich gegebenenfalls anschließenden Einlieferungen koordinieren. Zudem gibt es Repräsentanzen, welche eigene Auktionen durchführen – und nebenher Stücke für die anderen Auktionsorte annehmen.¹⁴⁰²

In den Ländern, in denen diese Häuser dann keine Auktionsräume unterhalten, gibt der Aufwand für den Transport die untere Wertgrenze vor, die ein Stück überschreiten muss, um für eine Auktion im Ausland überhaupt und von sonstigen Qualitätsfragen unabhängig in Frage zu kommen.¹⁴⁰³

¹³⁹⁹ HEISE-SAPPER: 24./25.01.2003.

¹⁴⁰⁰ So unterhält das Kölner Haus Lempertz eine Vertretung in Paris (IMDAHL: 06.10.2001-2), Ketterer hat an seinen beiden deutschen Standorten die Räumlichkeiten derart umgestaltet, dass die Auktionsvorbereitung zentral in Hamburg geleistet werden, für Auktionen in München allerdings Räume von Banken angemietet werden müssen (MÜLLER-MEHLIS: 08.05.2001; IMDAHL: 03.08.2002). Das Berliner Haus Villa Grisebach kooperiert mit der Wiener Kunstauktionen GmbH (Handelsblatt vom 12./13.04.2002). Das Wiener Dorotheum hingegen eröffnete 2002 in Düsseldorf und 2003 in München Repräsentanzen (GREGORY: 19.10.2002; SACHS: 13.09.2003).

¹⁴⁰¹ OSTWALD: 27.09.2000.

¹⁴⁰² GRIMM-WESSERT: 27./28.12.2002.

¹⁴⁰³ Für den deutschen Markt liegt diese Grenze bei einem Einzelobjekt bei ca. Euro 10.000,--. Erst darüber lohnt sich für den Verkäufer ein Transport nach z. B. London.

Alle diese Niederlassungen müssen sich allerdings rechnen; speziell in Krisenzeiten schrumpft das Netzwerk innerhalb weniger Monate auf wirklich rentable Standorte zusammen. Bestes Beispiel ist hier die Tätigkeit der internationalen Häuser im an Kunst „eher appetitlosen“¹⁴⁰⁴ Berlin: Kurz nach der Wende hoffnungsvoll gegründet, mussten die Unternehmen bald erkennen, dass die teuren Niederlassungen nur wenig zum Geschäftsergebnis beizutragen in der Lage waren. Die Reaktionen waren unterschiedlich; während Christie's von einem repräsentativen Ladenlokal auf die günstigere Etage umzog, schloss Sotheby's sein Büro gänzlich.¹⁴⁰⁵ Ebenso stellte das Münchner Haus Ketterer seine Berliner Auktionen ein.¹⁴⁰⁶

Dass dieses System der Niederlassungen die Gefahr mangelnder Rentabilität mit sich bringt, zeigte vor allem diese Umgestaltung der Deutschlandtochter von Sotheby's. Seit der Schließung der Berliner Repräsentanz wird der dortige Markt von Hamburg aus betreut. Die Auktionen, die seit 1993 in München abgehalten wurden, stellte das Unternehmen im Herbst 1999 ein und verkleinerte die Münchner Niederlassung, die vom Auktionsort zur reinen Repräsentanz zurückgestuft wurde. Der Grund für diese Neuorganisation war die mangelnde Rendite dieser Niederlassungen.¹⁴⁰⁷ Ebenfalls 1999 wurden die Auktionen des Unternehmens in Madrid, später in Chicago (2001) und Zürich (2002) ebenfalls eingestellt und die jeweiligen Auktionshäuser in reine Repräsentanzen umgewandelt.¹⁴⁰⁸

Ebenfalls Netzwerkcharakter hat die Verbindung zu Multiplikatoren. Hierzu zählen Menschen, die entweder Kontakte zu potentiellen Kunden haben (ohne echte Repräsentanten des Hauses zu sein) oder aber für ihre Kunst- (markt-) Kenntnisse berühmt sind. Vor allem Letztere versucht man an sein Haus zu binden, indem man sie in einen Beirat aufnimmt, der keinerlei Exekutivfunktion hat, sondern ausschließlich (wenn überhaupt) beratend tätig wird. Als „Erfinder“ dieser Methode darf Alfred Taubman gelten, der kurz nach der Übernahme von Sotheby's ein derartiges Advisory Board etablierte und zahlreiche Sammler oder Adlige dafür

¹⁴⁰⁴ LOVENBERG: 23.12.2000.

¹⁴⁰⁵ KARCHER: 08.02.2000; WEINRAUTNER: 18.07.2001. Auch in Frankfurt verkleinerte Christie's seine Repräsentanz (VILLINGER: 20.10.2001).

¹⁴⁰⁶ IMDAHL: 03.08.2002.

¹⁴⁰⁷ LOVENBERG: 14.08.1999.

¹⁴⁰⁸ Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.09.2001; NEUMEISTER: 22.12.2001; FABER-CASTELL: 28./29.12.2001.

gewinnen konnte, zum Beispiel Giovanni Agnelli oder auch Heinrich Thyssen-Bornemisza.¹⁴⁰⁹ Das Beispiel fand Nachahmer: So besteht der Phillips-Beirat u. a. aus Francesca von Habsburg, Tochter eben jenes Heinrich Thyssen-Bornemisza, oder auch Fürstin Gloria von Thurn und Taxis.¹⁴¹⁰

Eine weitere Möglichkeit, derartige Personengruppen an ein Haus zu binden, ist die Bestellung als Ehrenvorsitzende oder –präsidenten. So verfügt Christie's über die Ehrenpräsidenten Dr. Johann Georg Prinz von Hohenzollern (in Deutschland) oder Fürst Karl Schwarzenberg (in Österreich).¹⁴¹¹ Diese Herren haben keine Exekutivfunktionen, sondern dienen vor allem der Kontaktpflege. Dass ihre Namen von weiten Bevölkerungskreisen als besonders klangvoll empfunden werden, ist hierbei sicherlich von Vorteil.

Ein letzter Aspekt der Netzwerkarbeit ist der gute Kontakt zum Käufer. Simon Taylor, Europadirektor von Sotheby's: "Because people who buy today will be those who in 10 to 20 years are the sellers!"¹⁴¹²

Fazit zu **5.3 Kundenkontakte auf dem Beschaffungsmarkt**: *An sich stehen den beiden Distributionsformen Handel und Auktion identische Instrumente der Kommunikationspolitik zur Verfügung; als zentral erweist sich der Kontakt zu Sammlern, externen Experten und Museen sowie zu sonstigen Multiplikatoren. Aufgrund der erhöhten Medienwirkung haben auf dem Beschaffungsmarkt sowohl die Bildung einer Corporate Identity als auch die Referenzpolitik der Auktionshäuser größere Wirkung.*

Mit finanziellen Dienstleistungen wie Kreditlinien, Vorschüssen, vor allem aber Garantien können die Auktionshäuser sehr erfolgreich mit dem Handelsvorteil der

¹⁴⁰⁹ NORTON (1984): 21; LACEY (1998): 278; REITZ (1998): 110.

¹⁴¹⁰ Fürstin Thurn und Taxis gilt allerdings gleichzeitig als enge Freundin des Münchner Sotheby's Repräsentanten Heinrich Graf Spreiti; so wurde nach dem Tod von Fürst Johannes von Thurn und Taxis 1992 die Nachlass-Auktion in Regensburg von Sotheby's durchgeführt. Francesca von Habsburg ist Gründerin von ARCH, einer Stiftung zum Schutz des kulturellen Erbes. Hierbei ist nicht ohne Brisanz, dass der Stiftungszweck darauf abzielt, Kulturgüter "vor Ort" zu schützen bzw. zu erhalten und Francesca von Habsburg sich kategorisch gegen die Entwurzelung von Kulturgut ausspricht (HASE: 05.05.2001; STEINER: 13.05.2001; KARCHER: 11.10.2001).

¹⁴¹¹ MÜLLER-MEHLIS: 6./7.10.2000.

¹⁴¹² GWYTHYR: 6/1999.

Sofortbezahlung konkurrieren. Allerdings ist die Vergabe dieser Garantien deutlich zögerlicher geworden, nachdem der Kunde deutlich gemacht hat, dass er einen finanziellen Einsatz des ansonsten neutralen Versteigerers nicht schätzt. In der Folge werden Garantien nur noch bei herausragenden, marktfrischen Kunstwerken vergeben.

Der Händler hat nur die Möglichkeit, durch eine Spezialisierung oder die Beschränkung auf ein Programm eine Monopolstellung zu erreichen. Auf dem Primärmarkt kann er diese Stellung durch entsprechende Gestaltung des Künstlervertrages im Beschaffungsbereich absichern. Finanzielle oder administrative Nachteile gegenüber den Netzwerken der Auktionshäuser kann er nur durch Zusammenschlüsse und á-meta-Geschäfte ausgleichen. Diese Vorgehensweise trägt allerdings die Gefahr in sich, dass eine händlerische Eigeninitiative gelähmt wird.

Sind Auktionen für Händler nach wie vor eine wichtige Einkaufsquelle, so kann die direkte Akquise des Auktionshauses im Künstleratelier nur im prosperierenden Markt geschehen, da im schrumpfenden Markt die Auktionshäuser zu Stücken tendieren, deren Marktverhalten bereits erprobt ist.

6. Der Absatzmarkt

6.1 Der Absatzmarkt des Handels

Von der Käuferseite aus betrachtet ist der Handel ein Auswahlmechanismus.¹⁴¹³ Der Händler wählt unter den Angeboten des Kunstmarktes - im Fall einer Galerie des Primärmarktes - diejenige Ware aus, die seine Qualitätsstandards erfüllt und bietet seinen Kunden ein "vorsortiertes" Angebot.¹⁴¹⁴ Wie bei jedem Mechanismus entstehen hierdurch Kosten, welche letztlich der Käufer tragen muss: Besuche auf Messen und in Ateliers, Markt- und Konkurrenzbeobachtung etc. Als Endkunde im Handel zu kaufen bedeutet auch, den Fähigkeiten und dem Geschmack des Händlers zu vertrauen; viele Kunden akzeptieren gern, dass diese Dienstleistung ihren Preis hat.¹⁴¹⁵

Der Händler muss das erworbene Stück einpreisen. Ideal wäre, wenn er den "Schattenpreis" trifft.¹⁴¹⁶ Dies ist aber bei asymmetrischer Informationsverteilung zwar nicht unmöglich, so doch sehr schwierig. Der Händler wird daher zunächst den neutralen, sphärendistanten Marktwert ermitteln.¹⁴¹⁷ Die Zahlungsbereitschaft eines einzelnen Kunden kann diesen Wert jedoch weit überschreiten, z. B. wenn das Stück eine vorhandene Sammlung gut ergänzt oder schlicht genau in eine dafür vorgesehene Raumsituation passt. Der Verkaufserfolg eines Händlers begründet sich darin, dass er die richtigen Stücke dem richtigen Kunden anbietet.¹⁴¹⁸

6.1.1 Verkaufsräume

Der Händler muss die Objekte, die er vermitteln möchte, präsentieren. Hierzu gehören Maßnahmen am Objekt, z. B. eine fachgerechte Restaurierung oder passende Rahmung, vor allem aber das richtige Umfeld der Präsentation.

¹⁴¹³ CARRIER (1985): 196.

¹⁴¹⁴ AULINGER (1992): 87.

¹⁴¹⁵ FECHTER: 2002.

¹⁴¹⁶ Vgl. 3.1.1 – Absatzformen.

¹⁴¹⁷ Hilfe kann der Händler seit 1989 von Artnet Worldwide erhalten, einer elektronischen Datenbank, die Kunstmarktinformation wie Auktionsdaten und Händlerangebote offeriert. Zur Preisfindung gibt es seit 1999 zudem das Computerprogramm "TAX", welches alle verfügbaren Angaben zum Werk (Technik, Größe etc.) und zum Künstler (Ausstellungen, Berichterstattung etc.) miteinander verknüpft.

Verkaufsort des Händlers ist sein Ladengeschäft, seine Galerie. Diese liegt in aller Regel in einem Erdgeschoss-Ladenlokal, so dass sie neben der Stamm- auch Laufkundschaft ansprechen kann.¹⁴¹⁹ Da die Laufkundschaft ab einem gewissen Qualitäts- und Preisniveau allerdings nicht mehr spontan kauft, nimmt die Zahl der Händler zu, die nur noch auf Messen verkaufen, da sie dort mit ihrer Stammkundschaft rechnen können.

Dies gilt auch für die Etagengalerie, die auch eine gewisse Diskretion gegenüber dem Kunden sicherstellt, da sie keine vom Fußgänger einsehbaren Fenster hat.¹⁴²⁰ Von der privateren Etagengalerie zum Verkauf "aus der Wohnung" heraus ist es dann nur noch ein kleiner Schritt: Die Wohnung wird in kurzen Zeiträumen neu ausgestattet und dekoriert, wobei jeder eingesetzte Gegenstand verkäuflich ist. Zur Eröffnung werden alle Stammkunden sowie deren Empfehlungen eingeladen. Später ist Besichtigung der Ware und Kauf nur nach telefonischer Anmeldung möglich.

Klassische Galerieräume haben weiße Wände und hellen Beton- oder Holzfußböden.¹⁴²¹ Zunehmend werden sie jedoch wieder wie Privaträume gestaltet, um die Galerie als Fortsetzung einer Salonkultur zu inszenieren, wozu wiederum auch Veranstaltungen wie Lesungen oder Konzerte gehören – ein Konzept, das sich schon Ende des 19. Jahrhunderts als erfolgreich erwiesen hat.¹⁴²²

Generell gilt, dass die Ausstattung all dieser verschiedenen Verkaufsräume umso aufwendiger und qualitätsvoller ist, je höher das Niveau der angebotenen Kunstwerke – zumindest in den Bereichen der Altmeistergemälde und der angewandten Kunst. Ganze Epochenräume werden nachgebildet, um die Objekte in einen ästhetischen wie kunsthistorischen Zusammenhang zu bringen.¹⁴²³ Da dies hohen finanziellen Aufwand erfordert, ist in dieser Art der aufwendigen Ausstellung relativ wenig Bewegung und an Neugestaltungen nur in größeren Zeitabständen zu denken.

¹⁴¹⁸ BONUS/RONTE (1997): 200.

¹⁴¹⁹ EHRET: 01/2003; SACHS: 25.01.2004.

¹⁴²⁰ EHRET: 01/02/2004.

¹⁴²¹ THURN (2002): 78.

¹⁴²² THURN (1994): 121; THON: 01/2003-2; PHILLIPS: 09/2003.

¹⁴²³ Ein besonders gelungenes, seltenes und daher bekanntes Beispiel ist sicherlich die "Renaissance-Wunderkammer" des Münchner Händlers Georg Laue (EHRET: 01/2003).

Um von der Nachbarschaft (auch eines Museums) zu profitieren, ist es Tradition, dass sich Händler konzentriert niederlassen; d.h. in jeder größeren Stadt finden sich die Straßenzüge, in denen sich die Antiquitätenhändler konzentrieren, sowie ein Galeriemviertel.¹⁴²⁴ Das Prestige einer Kunsthandlung und Galerie nährt sich auch aus dem Renomé der Gegend und der Nachbarschaft.¹⁴²⁵ Siedeln sich mehrere Kunsthandlungen in einer Gegend an, so ist dies für Kunden wie für Händler hilfreich: Beide können sich einen guten und raschen Überblick über das Angebot verschaffen, welcher dem Kunden bei seiner Kaufentscheidung hilft, dem Händler, sich durch weitere Maßnahmen vom Wettbewerb abzusetzen.¹⁴²⁶

Zuweilen finden sich auch Kunsthandelsunternehmen zusammen und gründen einen Komplex zur kommerziellen Kunstvermittlung, wie etwa ein Galeriehaus - eine Einrichtung, welche in aller Regel das unternehmerische Risiko auf die teilnehmenden Parteien verteilt.¹⁴²⁷ Besonders kundenfreundlich sind diese Institutionen, wenn neben den kommerziellen Angeboten auch Bildungs- oder Forschungsmöglichkeiten bereitgestellt werden, wie z. B. im Kölner Forum für Fotografie und Kunst, in dem sich neben Photogalerien auch die Stiftung für zeitgenössische Fotografie befindet, oder im Züricher Zentrum für Fotografie, welches Forschung, Museum und Förderung unter einem Dach vereint.¹⁴²⁸

Entwickelt wurde das Konzept in den USA. Dort und besonders in Japan haben auch Luxuskaufhäuser Abteilungen, in denen moderne und zeitgenössische Kunst angeboten wird wie auch Wechselausstellungen gezeigt werden. Die berühmteste, welche sich im Tokioter Kaufhaus Seibu befand und in der neun Kuratoren 1.600 qm Fläche bespielten, musste allerdings 1999 aus finanziellen Gründen geschlossen werden.¹⁴²⁹

Trotzdem wird der Verbindung von Luxuskonsum und Kunstkauf eine große Zukunft vorhergesagt. Wie eine solche Galerie aussehen könnte, zeigt die New Yorker VBH

¹⁴²⁴ KRÖNER: 02/2003.

¹⁴²⁵ THURN (2002): 76; EL HARIRI (2002): 3.

¹⁴²⁶ THURN (1994): 247.

¹⁴²⁷ VIELHABER: 20./21.09.2002.

¹⁴²⁸ IMDAHL: 25.01.2003-2; GASSMANN: 09/2003; MACK: 02/2004.

¹⁴²⁹ HEISE-SAPPER: 25./26.06.1999.

Gallery. Hier kann man zwischen den Angeboten des Juweliers Bruce Hoeksema und des Galeristen Mark Fletcher wählen. Fletcher war ursprünglich Mitarbeiter einer der größten Galerien der Welt, der Galerie Larry Gagosian, bevor er in den Verkaufsräumen des Juweliers eine Ausstellungsfläche fand, die von seiner Wunschklientel bevorzugt besucht wurde.¹⁴³⁰ Aber auch auf niedrigerem Niveau kann sich die Verbindung von Galerie und Luxuskonsum lohnen. Mit einer kleinen Niederlassung einer Galerie in einer Einkaufspassage mit hochwertigem Angebot kann man für jährliche Zusatzkosten in der Höhe von zwei Messeauftritten 12 Monate lang einem konsumgeneigten und finanziell leistungsfähigen Publikum ein künstlerisches Programm in ungewohntem Umfeld präsentieren.¹⁴³¹ Vor allem in derartigen Lagen findet man auch Firmen, die - zwischen Galerie und Posterladen angesiedelt - Stücke in der Art der Werke berühmter Künstler verkaufen. Es handelt sich hierbei um Ölgemälde, die ihre Vorbilder nicht kopieren, sondern leicht variiert wiedergeben.¹⁴³²

In Deutschland wird die Umsatzschwelle, ab welcher der Betrieb von eigenen Räumen als wirtschaftlich angesehen wird, vom Statistischen Bundesamt mit Euro 250.000,-- angegeben; gleichzeitig vermeldet das Amt, dass der Großteil aller auf dem deutschen Kunstmarkt tätigen Unternehmen einen Jahresumsatz von rund Euro 100.000,-- erwirtschaftet.¹⁴³³ Vielleicht liegt hierin der Grund, warum viele Händler ihr Ladengeschäft im Nebenerwerb, als Hobby oder Liebhaberei, betreiben – und dies wiederum könnte der Grund sein, warum speziell dieser Bereich des Marktes seit den 1990er Jahren derart stark an Aktivität eingebüßt hat.¹⁴³⁴

6.1.1.1 Der Standort

Der Kunst- und Antiquitätenmarkt ist ein gespaltener Markt, d. h. die Verkaufschancen und die Höhe des Erlöses können von Ort zu Ort unterschiedlich

¹⁴³⁰ GONZÁLEZ: 03/2003.

¹⁴³¹ Wie z. B. die Niederlassung in der Einkaufspassage "Fünf Höfe" der Münchner Galerie Wittenbrink (HORNY: 25./26.07.2003).

¹⁴³² Die Art Store GmbH ist eine Tochter der gleichnamigen Gesellschaft aus Miami/USA und eröffnete 1998 ihren ersten deutschen Laden in Hamburg (BÖLKE: 12/1998).

¹⁴³³ VALENTIN: 06./07.09.2002.

¹⁴³⁴ VALENTIN: 06./07.09.2002.

sein.¹⁴³⁵ Der Standort kann sich also für den Erfolg eines Kunsthandelsunternehmens als entscheidender Faktor erweisen. Es ist daher wenig verwunderlich, dass sich eine starke Konzentration von Kunsthandlungen in Städten mit hohem Pro-Kopf-Einkommen feststellen lässt.

Allerdings muss konstatiert werden, dass viele Großstädter ihrem Konsumdrang auswärts nachgeben; in einigen Städten hat man entweder eine generelle Geringschätzung gegenüber dem örtlichen Handel oder aber Angst, beim „Geldausgeben“ gesehen zu werden.¹⁴³⁶ In den Metropolen des ehemaligen Ostblocks kommt erschwerend hinzu, dass vor der Öffnung das Klientel eben auch deshalb Kunst erwarb, weil keine industriell gefertigten Konsumgüter frei verfügbar waren. Diesen früheren Sammlern fehlt heute das Geld zum Kunstkauf oder aber sie holen nun ihren Konsumrückstand durch den Erwerb eben dieser industriell gefertigten Güter nach. „Eine Mentalität des Sammelns,“ findet der Leipziger Galerist Jochen Hempel, „ist eben noch nicht gewachsen“.¹⁴³⁷

Standortprobleme gelten allerdings generell für den Galeriehandel nur eingeschränkt. Einerseits ist er stärker als der Altkunsthandel von einer gesellschaftlichen Grundstimmung, einer Szene abhängig. Zum anderen glauben viele Galeristen, mit dem richtigen Programm unabhängig vom Standort die Sammler der von der Galerie vertretenen Künstler anziehen zu können: „Es gibt keinen guten oder schlechten Standort für eine Galerie“, so der Stuttgarter Galerist Dr. Freerk Valentien, „es gibt nur gute oder schlechte Galeriearbeit“.¹⁴³⁸

Insgesamt ist in Deutschland aufgrund seiner Geschichte und föderalen Struktur eine traditionelle Konzentration auf einige Zentren wie Köln, München oder Berlin zu erkennen.¹⁴³⁹

¹⁴³⁵ PICKER (1994): 134.

¹⁴³⁶ DÜRKOOP: 24.06.2000.

¹⁴³⁷ SOMMER: 04/2000.

¹⁴³⁸ THIELE: 23.01.1999.

¹⁴³⁹ Dieser Konzentrationsprozess hält auch heute noch an; in Regionen, in denen „Galerienschwund“ und „Galeriemangel“ herrscht, fehlt jungen Künstlern dagegen eine wichtige Ausstellungs- und Austauschplattform (CHLUMSKY: 04.03.2000).

6.1.1.2 Das Netzwerk

Folge der Bedeutung der (regionalen) Lage sind einerseits Niederlassungen, andererseits Kooperationen. Im Gegensatz zu den Auktionshäusern, bei denen das Netzwerk in erster Linie der Beschaffung dient, nutzt der Handel seines vor allem zur Absatzförderung.¹⁴⁴⁰

Diverse große Galerien haben längst Zweigniederlassungen an wichtigen Umschlagplätzen; so eröffnete beispielsweise die New Yorker Galerie Gagosian im Mai 2000 eine Niederlassung in London,¹⁴⁴¹ das Kunsthandelsunternehmen de Pury & Luxembourg verfügt durch seine Zugehörigkeit zu Phillips nicht nur in New York über entsprechend nutzbare Geschäftsräume, sondern hat darüber hinaus eigene Galerieräume in Genf und Zürich,¹⁴⁴² die Kölner Galerie Greve unterhält Niederlassungen in Paris, Mailand und St. Moritz.¹⁴⁴³ Die Londoner Kunsthandlung Dickinson Roundell unterhält seit 1993 Galerieräumlichkeiten in New York, welche 1998 erheblich vergrößert wurden.¹⁴⁴⁴ Die Züricher Galerie Hauser & Wirth hat seit 2003 eine Niederlassung im Londoner Galerienviertel St. James's.¹⁴⁴⁵ Diverse Londoner Händler wiederum haben als Reaktion auf die gesunkene Reiselust der amerikanischen Kundschaft seit dem 11. September 2001 Niederlassungen in New York eröffnet – so z.B. Frost & Reed, Nicolas Hall, Carlton Hobbs, Tony Ingrao, Richard Knight, Mellett oder The Silver Fund.¹⁴⁴⁶

Der Münchner Händler Konrad Bernheimer, obgleich seit 1985 selbst in London engagiert,¹⁴⁴⁷ kaufte die alteingesessene Londoner Kunsthandlung Colnaghi, um neben deren Markennamen, Kundenkartei, Lager und Londoner Räumlichkeiten auch den Zugang zum US-amerikanischen Markt zu haben, auf dem ihm vor allem der dort sehr traditionsreiche Name Colnaghi (und die für amerikanische Kunden zuständigen

¹⁴⁴⁰ KOELEN (2002): 359. Der Handel nutzt Zusammenschlüsse im Beschaffungsbereich in erster Linie zur Finanzierung teurer Werke, was allerdings in aller Regel nicht offengelegt wird, vgl. 5.2.1.2 – Zusammenschlüsse.

¹⁴⁴¹ GLEADELL: 22.05.2000; EBNER: 03.06.2000.

¹⁴⁴² MACK: 02/2001.

¹⁴⁴³ VIELHABER: 24./25.11.2000.

¹⁴⁴⁴ MASON: 14./15.06.2003.

¹⁴⁴⁵ THIBAUT: 07./08.02.2003.

¹⁴⁴⁶ BENNETT: 24.03.2003; MASON: 14./15.06.2003.

¹⁴⁴⁷ HERCHENRÖDER: 01./02.03.2002.

Mitarbeiter) hilfreich sein sollen.¹⁴⁴⁸ Im Zuge dieser Übernahme verband sich das Unternehmen zudem mit der ebenfalls in München ansässigen Altmeisterzeichnungshändlerin Karin Bellinger und erweiterte sein Angebot.¹⁴⁴⁹

Aber auch ohne eigene Niederlassung kann der Händler Zugang zu einem fremden Absatzmarkt haben. Innerhalb eines (Waren-) Gebietes arbeiten Händler häufig zusammen, indem sie mit einem oder einigen wenigen Objekten in den Räumlichkeiten eines Partners präsent sind.¹⁴⁵⁰ So erspart man sich eine teure Handelsniederlassung, kann aber umgekehrt die Absatzchancen und – über die Adresse des Partners - Einkaufsmöglichkeiten eines anderen Landes oder Kontinents nutzen.¹⁴⁵¹

Nicht zuletzt arbeiten Kunsthändler auch als Repräsentanten für Auktionshäuser: Sie werden als Kontakt der Auktionshäuser in deren Katalogen herausgestellt und nehmen Auktionsware an.¹⁴⁵²

6.1.2 Messen

Seit Kriegsende haben die Kunst- und Antiquitätenmessen stark an Bedeutung gewonnen und bieten dem Handel eine gute Möglichkeit, sein Angebot und die kunsthistorisch untermauerte Kompetenz einem größeren Publikum nahe zu bringen.¹⁴⁵³ Da Zeit zu einem immer knapperen Gut wird, sehen viele Sammler in

¹⁴⁴⁸ THOMAS: 10.11.2001; HERCHENRÖDER: 07./08.12.2001; SACHS: 08.12.2001; EHRET: 06/2002.

¹⁴⁴⁹ Die Bibliothek Colnaghis ging zunächst an den deutschen Händler Christoph Graf Douglas, welcher von einem öffentlichen Gebäude auf seinem privaten Anwesen in Südbaden und der Nutzung der Bibliothek durch die Universität Konstanz träumte. Als sich dieser Plan als undurchführbar erwies, übernahm Bernheimer auch die Bibliothek; bei diesem Folgekauf engagierte sich Karin Bellinger, welche zunächst nur eine lose Verbindung mit Bernheimer-Colnaghi eingegangen war und die Londoner Räumlichkeiten für Ausstellungen nutzte, ebenfalls mit eigenem Kapital (THOMAS: 15.12.2001; THOMAS: 26.01.2002; THOMAS: 29.06.2002).

¹⁴⁵⁰ THURN (1994): 199.

¹⁴⁵¹ So arbeitet z. B. der Münchner Kunsthändler Konrad O. Bernheimer mit Johnny van Haeften in London, mit Otto Naumann in New York sowie mit der Galerie Sankt Lukas in Wien auf diese Art zusammen (EHRET: 01/2000), ebenso die Kölner Galerie Gmurzynska mit dem New Yorker Galeristen Renato Danese (LABUSCH: 2000-2). Die Bremer Galerie Neuse veranstaltet Sonderausstellungen in den Räumen der Pariser Galerie Rossi (GRIMM-WEISSERT: 16./17.11.2001).

¹⁴⁵² HERCHENRÖDER (2000): 26. So gibt das deutsche Auktionshaus Schloss Ahlden als Berliner Repräsentanz die Galerie Tableau, als Potsdamer Repräsentanz den Potsdamer Kunstsalon an.

¹⁴⁵³ HERCHENRÖDER: 12/1999. Zur Geschichte von Messen vgl. 1.6.6 – Nachkriegsentwicklungen in Deutschland.

Messen eine Gelegenheit, sich mit vergleichsweise geringem Aufwand einen Marktüberblick zu verschaffen.¹⁴⁵⁴ So erschließen Messen dem Sammler neue Händlerkontakte und umgekehrt.¹⁴⁵⁵ Vor allem für Programmgalerien bietet eine Messe die optimale Gelegenheit, ihre Programme bekannt zu machen: „Eine Messe ist die beste Werbung für eine Galerie. Man muss viele Anzeigen schalten, um als Vermittler eines Künstlers so bekannt zu werden“, so die Kunstmarktjournalistin Claudia Herstatt.¹⁴⁵⁶

Messen bieten eine gute Möglichkeit zur Kundenbindung, da man wichtige Sammler schon vor offiziellem Beginn der Messe zu einer exklusiven Vorschau einladen kann; die Vorschau zur ART Basel nennt sich daher auch „First Choice“.¹⁴⁵⁷ „Man muss unbedingt versuchen, einen Tag vor der offiziellen Eröffnung die Messe besuchen zu können. Am Eröffnungstag kleben dann nämlich an allen interessanten Stücken schon die roten Punkte, die einen Verkauf signalisieren; „auch, weil die Galeristen die Ware untereinander verschieben,“ so der Sammler Heinrich Hunstein.¹⁴⁵⁸ In Basel zählt man 20% aller Eintritte am Abend der Vernissage – zu dem nur geladene Gäste Zutritt haben, die keine Eintrittskarte kaufen.¹⁴⁵⁹ Die hochkarätige Zusammenstellung dieser Besucher stellt natürlich auch für Händler, die nicht auf der Messe ausstellen, eine hervorragende Plattform dar, Kunden zu treffen und Geschäfte anzubahnen.

Für den Händler leistet die zeitliche Begrenzung, die inhaltliche Gestaltung wie auch der Eintrittspreis eine gewisse Besucherauswahl: Anders als in den Innenstädten, die zwar von vielen Touristen besucht werden, welche aus Sicht des Kunsthandels aber zum größten Teil keine potentiellen Käufer sind, kann man beim Messebesucher von einer Offenheit gegenüber und einem Interesse für Kunst ausgehen.¹⁴⁶⁰

¹⁴⁵⁴ HERSTATT (2002): 95; BENNETT: 21.01.2002.

¹⁴⁵⁵ Die Konzentration auf Messeverkäufe ist mittlerweile so groß, dass zahlreiche Händler einen Großteil ihres Jahresumsatzes mit dem Messeauftritt erbringen (MOSTBACHER-DIX: 28.04.2001; HERSTATT: 26.07.1999; VALENTIN: 29./30.09.2001; LABUSCH: 2001).

¹⁴⁵⁶ HERSTATT: 26.06.1999.

¹⁴⁵⁷ KNÖFEL: 25/1999; GROPP: 15.06.2002.

¹⁴⁵⁸ HUNSTEIN: 08.08.1999. Bis zu 50% ihres Messeumsatzes sollen Galerien durch Verkäufe an Händlerkollegen erwirtschaften (THURN (1994): 235).

¹⁴⁵⁹ FABER-CASTELL: 21./22.06.2002.

¹⁴⁶⁰ EHRET: 11/1999. Diversen Erhebungen zufolge sollen 16% aller Messebesucher die Veranstaltung mit generellem Kaufinteresse besuchen; die tatsächliche Quote der Käufer liegt dann zwischen 1% und

Das Käuferverhalten der letzten Jahre zeigt, dass sich die Welt nicht nur im Internetzeitalter, sondern auch im Zeitalter des Erlebnismarketing befindet.¹⁴⁶¹ Die Messe bedient den Drang des Konsumenten nach dem Event.¹⁴⁶² Tatsächlich ist sie die einzige Verkaufsveranstaltung des Handels, deren Ereignis- und Erlebnischarakter an die Aura der großen Saalauktionen heranreicht.¹⁴⁶³ Denn die zeitliche Begrenzung der Ausstellung aber auch ein Begleitprogramm schüren die Begehrlichkeit. Die Bandbreite der Sonderveranstaltungen reicht vom bereits erwähnten Preview über die Präsentation von Kombinationsbeispielen von Kunstwerken und Antiquitäten durch Innenarchitekten bis hin zur Ausstellung von Museumsleihgaben als Instrument zur „Schulung des Auges“.¹⁴⁶⁴ Natürlich ist auch das Medienecho signifikant größer als bei einer einzelnen Galerieausstellung.¹⁴⁶⁵

Für den Kunden bietet die Messe zudem eine gewisse qualitative Sicherheit, da die Ware oder zumindest der Aussteller die Kriterien des Messeveranstalters erfüllt haben muss.¹⁴⁶⁶ Jede Messe kann nur einen Bruchteil der Bewerber aufnehmen, die durch ein Auswahlgremium selektiert werden. Allerdings hat die Zusammensetzung der Zulassungsgremien regelmäßig den Makel, dass Händler über Konkurrenten entscheiden.¹⁴⁶⁷ Verbände, Vereine und Auktionshäuser werden von den Ausstellern als Konkurrenz angesehen und nicht zugelassen.¹⁴⁶⁸

Der große Publikumserfolg der Messen hat auch Kehrseiten: Einerseits wird die interessierte Öffentlichkeit von der steigenden Zahl von Messen in immer höheren Maße gebunden; diese Aufmerksamkeit fehlt den Galerieausstellungen.¹⁴⁶⁹ Andererseits werden immer wieder prominente Kaufinteressenten durch den Andrang

2%. Zum Vergleich: 14% aller Besucher eines Warenhauses müssen statistisch gesehen auch tatsächlich kaufen, um die Rentabilität zu gewährleisten (EHRET: 02/2001).

¹⁴⁶¹ KRESSE: 23.01.2001.

¹⁴⁶² NEFF: 11/2002.

¹⁴⁶³ HEINICK: 09.09.2000.

¹⁴⁶⁴ EHRET: 11/1999; CHECKLAND: 23.02.2001; VALENTIEN: 31.05./01.06.2002; EHRET: 13/2002.

¹⁴⁶⁵ HERSTATT: 26.07.1999; KRÜGER: 2000-1.

¹⁴⁶⁶ Dies gilt nur für von oder unter Mitwirkung von den Verbänden organisierte Messen, nicht jedoch für die sog. „Antikmessen“. Exemplarisch wird hier die Zulassung zur *Art Cologne* dargestellt, vgl. 6.1.2.6 – Köln.

¹⁴⁶⁷ IMDAHL: 04.11.2000; IMDAHL: 30.06.2001; BAUMER: 01.10.2001.

¹⁴⁶⁸ DÖRSTEL/JACOBS (2000): 15.

¹⁴⁶⁹ IMDAHL: 29.10.2003.

des Publikums auf Messen abschreckt.¹⁴⁷⁰ Infolge dessen versuchen einzelne Händler, sich durch (kommuniziertes) Fernbleiben von Messen vom Wettbewerb abzusetzen.¹⁴⁷¹ Die Messeorganisatoren bieten Führungen durch die Hallen an, um dem Interessenten die Angst vor der Vielzahl der angebotenen Objekte zu nehmen.¹⁴⁷²

In der Vergangenheit führte dieser Publikumserfolg auch dazu, dass die Messen selbst wuchsen, d.h. die Zahl ihrer Teilnehmer erhöhte sich konstant. Erst die allgemeine Marktschwäche Ende der 1990er Jahre führte zu einer ökonomischen Auslese, in deren Folge nahezu alle Messen einerseits Teilnehmer verloren, andererseits ihren Angebotsbereich erweiterten, nicht selten um die gefragte Kunst des 20. Jahrhunderts.¹⁴⁷³ Nicht zuletzt diese Entwicklung brachte Kunstmessen auch ins Blickfeld junger Sammler, welche bislang eher auf Auktionen kauften.¹⁴⁷⁴ Zudem wurde häufig eine Reduzierung der Teilnehmerzahl zur Gewinnung eines schärferen Profils und einer besseren Übersichtlichkeit vom Veranstalter selbst durchgeführt; so z. B. bei der Art Cologne und der ART Basel.¹⁴⁷⁵ Die Erweiterung um neue Gebiete sowie die Erhöhung der Zahl von Messen haben aber zudem zu einer erheblich verstärkten Konkurrenz geführt, so dass häufig die Gründe für die Reduzierung der Teilnehmerzahl eher in Abwanderungen zu anderen, sich überschneidenden Messen liegen denn in sorgfältigerer Auswahl und dem Wunsch nach Konzentration.¹⁴⁷⁶

Letztlich gibt es aber auch Galerien, die den immer enger werdenden Messekalender dazu nutzen, ihre Stücke nur noch auf Messen zu zeigen. So gibt es bereits unter den Galeristen Stimmen, die beklagen, die Messen untergraben die wahre inhaltliche Galeristenarbeit.¹⁴⁷⁷

¹⁴⁷⁰ STAECK: 12/1998.

¹⁴⁷¹ Als Beispiel sei verwiesen auf ZENNER: 21.07.1999; Patridge Fine Arts, London (THIBAUT: 13/2000), Walter Feilchenfeld (EHRET: 01/2002) oder auch die Münchner Firma Neidhardt Antiquitäten. Ebenso lehnt Heinz Berggruen Messeverkäufe ab und hat mit seiner Galerie nie an einer Kunstmesse teilgenommen (BERGGRUEN (1996): 110).

¹⁴⁷² HERSTATT (2002): 101f.

¹⁴⁷³ MELIKIAN: 19./20.05.2001; CRÜWELL: 22.03.2003.

¹⁴⁷⁴ MELIKIAN: 20./21.05.2000.

¹⁴⁷⁵ IMDAHL: 03.11.2001; VILLINGER: 22.12.2001; FABER-CASTELL: 21./22.06.2002; FECHTER: 10/2002-1; IMDAHL: 02.11.2002; HENRICH: 13/2002.

¹⁴⁷⁶ IMDAHL: 12.07.2003.

¹⁴⁷⁷ FRICKE: 06.06.2000; MOSTBACHER-DIX: 28.04.2001.

Problematisch kann zudem die Preisbildung auf Messen sein: Die Ware wird dort mit Messe-Zuschlag angeboten, schließlich wollen Standmiete, Transport- und Übernachtungskosten sowie sonstige Messenebenkosten bezahlt sein.¹⁴⁷⁸ Dies hat mehrere Folgen. Zunächst wird oft beklagt, dass junge Kunst auf Messen nicht in ausreichendem Umfang angeboten wird, weil die Mehrheit der Galeristen auf bekannte und erfolgreiche Künstler setzt, um die Kostendeckung des Messeauftritts sicherzustellen.¹⁴⁷⁹

Zudem ist die Zeitspanne zwischen dem Einkauf auf einer Auktion und der Ausstellung auf einer Messe zuweilen so kurz, dass der Kunde oder die Berichterstattung den Handelsaufschlag rekonstruieren können.¹⁴⁸⁰ Preise werden infolgedessen zunehmend nur noch auf Nachfrage hin genannt – welche nicht nur den Kunden zwingt, die Hemmschwelle des ersten Kontakts zu überwinden, sondern auch den Händler, seine Preisvorstellung bei jeder Anfrage erneut zu überdenken.¹⁴⁸¹

“Die Messe bedient die Sucht des Sammlers, Neues zu entdecken,”¹⁴⁸² findet der Sammler Heinrich Hunstein. Daher ist es auf der Messe für den Händler besonders wichtig, neue Ware mitzubringen.¹⁴⁸³ Diese Sucht nach dem Neuen aber eine zunehmende Konzentration auf marktfrische Objekte zur Folge. Wie bei einem erfolglosen Auktionsauftritt kann die Messepräsentation ein Werk „verbrennen“, wenn es unverkauft bleibt. In diesen Fällen tauchen die betroffenen Objekte nicht selten zu erheblich niedrigeren Schätzwerten in Auktionen auf. Da die Messebesucher in aller Regel sowohl das Messeangebot als auch die Auktionskataloge studieren und sich mit anderen Sammlern austauschen,¹⁴⁸⁴ bewirkt dieser Mechanismus eine

¹⁴⁷⁸ HAUSMANN (2002): 15; THOMAS (2002): 17; HERSTAT: 11.03.2004. Einige Staaten oder Städte fördern junge Galerien, indem sie ihnen finanzielle Beihilfen für die Teilnahme an internationalen Kunstmessen zahlen; so zahlt beispielsweise das französische Kulturministerium unter bestimmten Voraussetzungen die Hälfte der Standmiete der Messen in Basel, Chicago und Köln für französische Galerien (HEINICK: 13.01.2001); das Münchner Kulturreferat zahlte die Standmiete von Galerien moderner Kunst auf der Kunst-Messe München im Jahr 2000 zur Gänze (SACHS: 25.11.2000). Umgekehrt fördern einige Messegesellschaften die Teilnahme ausländischer Galerien, so wird z. B. die Arte Fiera in Bologna regelmäßig von Gruppen von Ausstellern aus einer europäischen Metropole belebt; diese Aussteller bekommen umfangreiche finanzielle Vergünstigungen (IMDAHL: 25.01.2003-1).

¹⁴⁷⁹ MOSTBACHER-DIX: 28.04.2001.

¹⁴⁸⁰ GRIMM-WEISSERT: 06.10.2000; HERCHENRÖDER: 19.12.2000-1.

¹⁴⁸¹ ULSESS (2002): 167; CRÜWELL: 01.07.2000.

¹⁴⁸² HUNSTEIN: 08.08.1999.

¹⁴⁸³ MOORE: 15.03.2003; HERCHENRÖDER: 31.10./01.11.2003.

¹⁴⁸⁴ BEIL (1995): 39.

negative Beeinflussung des Images der Institution Messe, die als preistreibend und überteuert angesehen wird.

Diese Wirkung wird noch verstärkt durch die nicht unübliche Praxis, die roten Klebepunkte, welche einen Verkauf signalisieren und im Messegeschäft zu Erfolgsbarometern geworden sind, auf in Wahrheit unverkaufte Stücke zu kleben.¹⁴⁸⁵ Der Fall, dass ein Sammler während der Vorbesichtigung ein Objekt kauft, um dann während der Laufzeit oder nach Ablauf der Messe vom Kauf zurückzutreten, dürfte hier die Ausnahme darstellen. Handelt es sich beim falsch „bepunkteten“ Bild um ein zentrales Objekt des Messeauftrittes, ist es ebenso „verbrannt“ und für eine gewisse Zeit unverkäuflich.

Am Rande bleibt festzuhalten, dass in New York, der Hauptstadt des Galeriehandels, keine bedeutende Messe für moderne und zeitgenössische Kunst veranstaltet wird; aber auch in London existiert eine solche erst seit 2003.¹⁴⁸⁶

6.1.2.1 Maastricht

Nach Strenge der Zulassungskriterien, Wert und Qualität des Angebots gemessen ist die wichtigste Kunstmesse die nach ihrem Veranstalter TEFAF (The European Fine Art Foundation) genannte Messe in Maastricht; der Schwerpunkt liegt im Bereich der alten Kunst und der klassischen Moderne.

Diese Messe ist berühmt für ihr Angebot wie für die aufwendige Art der Präsentation; jeder Händler hält seine wichtigsten Stücke über das Jahr möglichst zurück, um in Maastricht damit zu glänzen.¹⁴⁸⁷ Dem interessierten Besucher bietet sich regelmäßig eine einzigartige Ausstellung von über 1000 Altmeistergemälden - man schätzt, dass

¹⁴⁸⁵ HERCHENRÖDER: 09./10.11.2001. Zuweilen zeigt das Vorhandensein vieler roter Punkte im Messekatalog allerdings auch nur, dass der Redaktionsschluss zu früh liegt – wie bei der Art Basel, wo Katalogphotos im Januar abgeliefert werden müssen, aber der Katalog erst in Mai erscheint (FABER-CASTELL: 19.06.2001).

¹⁴⁸⁶ THORNCROFT: 19.01.2001; IMDAHL: 12.07.2003. In New York gibt es seit 1989 die Armory Show (eigentlich International Fine Art Fair), welche jedoch das „konventionelle“ Angebot einer Altkunstmesse mit einigen Anbietern moderner Kunst bietet (HERSTATT: 17.01.2002; ZEITZ: 02.03.2002; SCHAERNACK: 10./11.05.2002); London kann seit 2003 die kleine Art Frieze Fair vorweisen, vgl. 6.1.2.9 – *Sonstige Messen*.

¹⁴⁸⁷ HERSTATT: 15.03.2001; MOORE: 19.03.2001; HERSTATT: 07.03.2002; HERCHENRÖDER: 05/06.03.2004; CRÜWELL: 20.03.2004. Dies soll auch den Absatz von Spitzenstücken der Winterauktionen generell verbessern (HERCHENRÖDER: 19.12.2000-1).

es sich hierbei um 60-80% des weltweit verfügbaren Bestandes handelt¹⁴⁸⁸ - und weiteren 500 Gemälden des 19. Jahrhunderts.¹⁴⁸⁹ Immer wichtiger wird zudem das Angebot auf dem Sektor der klassischen Moderne.¹⁴⁹⁰ „The fair is becoming the political and economic mouthpiece of the European art trade“, so Anthony Thorncroft, Kunstmarktreakteur der Financial Times.¹⁴⁹¹ Insgesamt werden regelmäßig rund 30.000 Objekte angeboten, aufwendig zu geschmacksbildenden Ensembles zusammengestellt und mit einer Überfülle von Blumen dekoriert.¹⁴⁹²

Somit gehört die Messe zum wichtigen Bestandteil der Reiseplanung eines jeden bedeutenden Sammlers wie auch Museumskurators. Sie zählt um die 70.000 Besucher jährlich, der Umsatz wird vorsichtig auf US\$ 500 Millionen geschätzt;¹⁴⁹³ hierbei ist jedoch zu beachten, dass viele Verkäufe auf der Messe selbst nur angebahnt und erst am regulären Standort getätigt werden. Die Gründe hierfür sind einerseits die Zeitspanne, die Museen zur Bereitstellung von Mitteln benötigen, vor allem aber die in den Niederlanden mit 19% vergleichsweise hohe Mehrwertsteuer auf Kunst und Antiquitäten.¹⁴⁹⁴

Der enorme Erfolg der Messe in Maastricht beruht auf dem sich über alle Bereiche erstreckenden, gleichbleibend hohen Qualitätsniveau und hat zu einigen Nachahmungen geführt.¹⁴⁹⁵ Für viele Messen ist es ein Anliegen, als eine kleinere oder konzentriertere Ausgabe der niederländischen Veranstaltung zu erscheinen – beispielsweise die International Antiques Show in Mailand oder auch die einst von Konrad Bernheimer geplante Münchner Messe im Haus der Kunst.¹⁴⁹⁶ Nach langjährigen Vorbereitungen wurde 2002 eine auf Maastricht-Niveau liegende, US-

¹⁴⁸⁸ HERCHENRÖDER (2000): 22; BENNETT: 20.03.2000; CRÜWELL: 17.03.2001; BENNETT: 08.03.2004. Händler beklagen allerdings auch, dass dieses reiche Angebot Sammler von zusätzlichen Erwerbsreisen abhält und die Chance, Bilder in der Galerie zu verkaufen, dadurch sinken würde (HERCHENRÖDER (2000): 70).

¹⁴⁸⁹ HERCHENRÖDER: 09./10.03.2001.

¹⁴⁹⁰ CRÜWELL: 16.03.2002.

¹⁴⁹¹ THORNCROFT: 08./09.03.2003.

¹⁴⁹² LOVENBERG: 18.03.2000-2; HERCHENRÖDER: 08./09.03.2002; HERSTATT: 14.03.2002.

¹⁴⁹³ THORNCROFT: 17.03.2001. Dieser Umsatz wird auf dem Kunstmarkt nur von Christie's und Sotheby's übertroffen (THORNCROFT: 01./02.04.2000).

¹⁴⁹⁴ THORNCROFT: 01./02.2000; THORNCROFT: 17.03.2001; VALENTIN: 20.03.2001.

¹⁴⁹⁵ HERCHENRÖDER: 21./22.03.2003; MELIKIAN: 06./07.03.2004.

¹⁴⁹⁶ NEUMEISTER: 15.04.2000; vgl. 6.1.2.4 – München.

amerikanische Messe ins Leben gerufen, die America's International Fine Art Fair.¹⁴⁹⁷

Ein Herbstbleger der TEFAF in Basel hatte allerdings keinen Erfolg: Zunächst von Publikum wie Ausstellern angenommen, verlor sie rasch an Attraktivität, da sich für immer mehr Aussteller die Umsatzziele nicht erreichen ließen. Nachdem die Zahl der Ausstellerabsagen größer wurde, musste sie im Jahr 1999 relativ kurzfristig aufgegeben werden – an ihrer Stelle hatte sich bis 2004 die auf Antiken spezialisierte Cultura etabliert.¹⁴⁹⁸

6.1.2.2 London

Bedeutendste britische und nach der TAFAP zweitwichtigste europäische Messe für Altkunst ist die Grosvenor House Fair in London, die alljährlich im Juni stattfindet.¹⁴⁹⁹ Gegründet 1934, ist sie nicht nur die älteste Kunstmesse im Königreich, sondern gilt unter Händlern wie Sammlern als *die* englische Messe schlechthin; das Angebot hofiert die Liebhaber des Exzentrischen und Eklektischen.¹⁵⁰⁰ Die Anzahl von weniger als 100 ausstellenden Händlern verheißt ebenso Exklusivität wie die Örtlichkeit, findet im großen Saal des Grosvenor House doch auch der jährliche Debütantinnenball statt. Dies ist von den Veranstaltern durchaus beabsichtigt, wendet man sich doch an ein und dieselbe Klientel – welche zunehmend aus Amerika und dem nahen Osten kommt.¹⁵⁰¹

Die Messe wird ergänzt durch die Ceramics Fair (im nahegelegenen Park Lane Hotel) und die Hali Textilmesse (auf dem Olympia-Gelände).¹⁵⁰² Etwas weniger fein in Angebot und Klientel ist die mit zeitlicher Überschneidung stattfindende, deutlich

¹⁴⁹⁷ Ursprünglich war das Debut für Oktober 2001 geplant, musste jedoch mangels (Aussteller-) Interessenten um ein Jahr verschoben werden (EHRET: 8/2001).

¹⁴⁹⁸ EHRET: 01/2000; FABER-CASTELL: 17.10.2000; NEUMEISTER: 13.10.2001; FABER-CASTELL: 10/2002; NEUMEISTER: 27.03.2004.

¹⁴⁹⁹ GRÜNEWALD: 13.06.1999; THIBAUT: 13.06.2000; LOVENBERG: 17.07.2000.

¹⁵⁰⁰ BENNETT: 12.06.2000; THIBAUT: 16./17.06.2000; THORNCROFT: 07./08.06.2003.

¹⁵⁰¹ LOVENBERG: 12.06.1999; THIBAUT: 14./15.06.2002. Die Exklusivität wird auch durch die Standmiete unterstrichen, welche bis zu £ 40.000,-- pro Stand beträgt (THOMAS: 14.06.2003).

¹⁵⁰² THIBAUT: 13.06.2000.

größere Antiques & Fine Art Fair (ebenfalls auf dem Londoner Olympia-Gelände) – hier wird das Angebot weniger auf Sammler als auf „Inneneinrichter“ abgestimmt.¹⁵⁰³

6.1.2.3 Düsseldorf

Die wichtigste Altkunstmesse in Deutschland war viele Jahre die Westdeutsche Kunstmesse, die seit 1969 alternierend in Düsseldorf und Köln stattfand. Im Jahre 1996 allerdings entschied sich die Messeleitung, die Westdeutsche Kunstmesse fortan ausschließlich in Köln zu veranstalten.¹⁵⁰⁴

Hier gab es nämlich die (räumliche) Möglichkeit, mit der Messe der Deutschen Kunstverleger zu fusionieren, welche unter dem Namen Art multiple ursprünglich in Düsseldorf veranstaltet worden war.¹⁵⁰⁵ Im Jahr 2000 dann fand zum ersten Mal die Doppelmesse statt: Die Westdeutsche Kunstmesse wurde umbenannt in Kunst Messe Köln, und im selben Gebäude die in kunstKÖLN2000 umgenannte Kunstverlegermesse.¹⁵⁰⁶ Trotz einer gewissen Trennung der Aussteller durch die beiden Stockwerke sollten nun Besucher, die sich zunächst nur für eine der beiden Messen interessierten, ihrer Neugier folgen und unbekanntes Terrain erobern.¹⁵⁰⁷ Es sollte sich allerdings schon nach dem ersten Versuch herausstellen, dass sich derart unterschiedliche Zielgruppen nicht sehr leicht mischen lassen.¹⁵⁰⁸

In Düsseldorf hingegen war nach der Entscheidung der Westdeutschen Kunstmesse für Köln eine neue Messe aus der Taufe gehoben worden, um die Lücke im Messekalender der Stadt zu schließen: Die art antique. Zunächst von dem Umstand profitierend, dass sie terminlich vor der Messe in Maastricht lag und so zumindest die rheinische Klientel zeitlich bevorzugt bedienen konnte, verlor sie rasch Publikum an Köln und an die nur wenig später stattfindende Messe in Hannover-Herrenhausen.¹⁵⁰⁹

¹⁵⁰³ THOMAS: 14.06.2003.

¹⁵⁰⁴ HENLE: 17.02.2001; RISCH-STOZL: 04/2004.

¹⁵⁰⁵ BAUMER: 03.04.2000.

¹⁵⁰⁶ BAUMER: 31.03.2000; VALENTIN: 31.03./01.04.2000; HENLE: 01.04.2000.

¹⁵⁰⁷ BAUMER: 03.04.2000; HENLE: 01.04.2000; FECHTER: 03/2002.

¹⁵⁰⁸ VIELHABER: 04./05.04.2003.

¹⁵⁰⁹ HENLE: 17.02.2001.

Im Jahr 2000 versuchte man daher, durch eine Öffnung für Kunst der Moderne die eigene Attraktivität zu erhöhen. Dies wurde nach Außen hin durch eine Veränderung des Namens deutlich gemacht: Aus art antique wurde art & antique.¹⁵¹⁰

Für viele Beobachter war dies der falsche Weg – nicht eine Verbreiterung, sondern eine Konzentration wäre geeignet gewesen, sich von der Kölner Konkurrenz abzusetzen; der ersten art & antique bescheinigte die Frankfurter Allgemeine Zeitung nur eine kurze Zukunft.¹⁵¹¹ Sie sollte recht behalten: Es war die letzte Messe dieser Art in Düsseldorf. Im Herbst 2001 sagte die Düsseldorfer Messegesellschaft die art & antique für 2002 und die folgenden Jahre ab.¹⁵¹²

6.1.2.4 München

Die älteste Messe in Deutschland ist die Münchner Messe, 1964 bis 1997 unter dem Namen Deutsche Kunst- und Antiquitätenmesse München firmierend, seit 1998 Kunst-Messe München genannt. Dieser Schritt war Programm, wollte man doch auch hier durch die Öffnung für Galerien der Moderne eine Publikums-Verjüngung herbeiführen.¹⁵¹³

Dieser Absicht kam entgegen, dass das Münchner Kulturreferat den Messeauftritt für Galerien zeitgenössischer Kunst finanziell fördert – was anfangs zur Folge hatte, dass Altkunsthändler sich zunächst benachteiligt fühlten.¹⁵¹⁴ Verschärft hatte sich die Situation besonders im Jahr 2000, als wegen einer Terminüberschneidung mit der Art Cologne diverse bedeutende Moderne-Galerien nicht nach München kamen und die freigebliebenen Kojen regionalen Moderne- Galerien ohne Standgebühr überlassen wurden.¹⁵¹⁵ Die Kritiker wurden jedoch versöhnt, als die „modernen“ Kollegen nicht nur gute Verkäufe vermelden konnten, sondern mit einer Sonderveranstaltung zur modernen Kunst 3.500 Besucher anzulocken vermochten.¹⁵¹⁶ Auch durch diesen

¹⁵¹⁰ VALENTIN: 16./17.02.2001.

¹⁵¹¹ HENLE: 17.02.2001.

¹⁵¹² IMDAHL: 22.09.2001.

¹⁵¹³ SACHS: 25.11.2000.

¹⁵¹⁴ SACHS: 25.11.2000.

¹⁵¹⁵ So das Handelsblatt am 28./29.07.2000 in der Notiz „Münchner Messe im Zweilicht“.

¹⁵¹⁶ Bei einem Gesamtbesucheraufkommen von 20.000 Besuchern (SACHS: 25.11.2000).

Zuwachs an Ausstellern und Besuchern wurde die Kunst-Messe München zur größten deutschen „Altkunst- und Moderne-Messe“.¹⁵¹⁷

Dies ist allerdings nicht die einzige Veränderung am Messestandort München. Konrad O. Bernheimer, Münchner Kunsthändler und Präsident der 1995 gegründeten „Gesellschaft Deutscher Kunsthändler“, kündigte 2001 eine neue Messe an, die ab Herbst 2003 im Haus der Kunst stattfinden und das obere Branchensegment weltweit repräsentieren sollte: Die Biennale im Haus der Kunst.¹⁵¹⁸ Aufgrund der Wirtschaftslage erschien jedoch ein Start in jenem Jahr zu riskant; eine schlechte Premierenvorstellung hätte den Ruf der Veranstaltung nachhaltig negativ beeinflussen können. Die erste Biennale im Haus der Kunst wurde zunächst auf 2005 verschoben, später gänzlich abgesagt.¹⁵¹⁹ „Eine neue Messe kann nur in guten Zeiten starten,“ so Konrad O. Bernheimer.¹⁵²⁰

6.1.2.5 Basel

Wichtigste Messe für moderne und zeitgenössische Kunst ist in Europa die jährlich stattfindende ART Basel, welche 1999 zum 30. Mal stattfand und von den Medien regelmäßig als „Beste Messe der Welt für zeitgenössische Kunst und klassische Moderne“ bejubelt wird: Ein Museum auf Zeit und gleichzeitig ein Luxuswarenhaus der Kunst.¹⁵²¹ Besonders die Gleichzeitigkeit zur Biennale in Venedig scheint alle zwei Jahre Auslöser erhöhter Kauflust in Basel zu sein, werden doch beide

¹⁵¹⁷ MÜLLER-MEHLIS: 10./11.10.2003; HERCHENRÖDER: 17/18.10.2003.

¹⁵¹⁸ HERCHENRÖDER: 04.07.2001; HERSTATT: 15.11.2001.

¹⁵¹⁹ SACHS: 02.11.2002; MAYERLE: 02.11.2002; SACHS: 11.10.2003.

¹⁵²⁰ MAYERLE: 02.11.2002. Zufällig wurde die Kunst-Messe München nicht nur von Bernheimers Großvater dereinst gegründet, sondern hatte bis zur Sanierung 1993 ihren Platz ebenfalls im Haus der Kunst. Erst durch den damals neuen Geschäftsführer Christoph Vitali, der eine Störung seines Ausstellungsbetriebes befürchtete, wurde die Rückkehr vom Messegelände in die Innenstadt endgültig verwehrt (HERCHENRÖDER: 04.07.2001; SACHS: 07.07.2001). Durch diese Biennale drohte der Kunst-Messe München eine starke Konkurrenz: Die neue Messe wollte eine kleine TEFAF werden und durch den Herbsttermin auch viele TEFAF-Aussteller an sich ziehen. Angemeldet waren bereits die 17 Mitglieder der „Gesellschaft Deutscher Kunsthändler“, mithin die besten dieser Zunft in Deutschland, und auch die Spitze der auf der Kunst-Messe vertretenen Händler – wohl keiner dieser Händler wäre bei zwei Messen, die am selben Standort innerhalb zweier Monate stattfinden, aufgetreten (SACHS: 07.07.2001). Für die Kunst-Messe München hatte sich umgehend eine Lösung angeboten, über die ohnehin schon seit längerem spekuliert wurde: Die Fusion mit der Art Cologne. In Köln hätte man dann Kunst von der Antike bis zur Gegenwart zeigen können (HERCHENRÖDER: 04.07.2001).

¹⁵²¹ SCHARPFF (2004): 23; MACK: 8/1999; HERCHENRÖDER: 23./24.06.2000; HERSTATT: 13.06.2001; FABER- CASTELL: 14./15.06.2002.

Veranstaltungen häufig von Reisenden nacheinander besucht.¹⁵²² Letztlich kommt dem Angebot dieser Messe die allgemeine Wendung zu den Wurzeln der Malerei der klassischen Moderne zugute.¹⁵²³

Aber nicht nur der hohe museale Anspruch und die Umsätze überzeugen.¹⁵²⁴ In Basel wird auch dem erlahmenden Interesse an Skulpturen und Großprojekten wie Video- oder sonstigen Installationen nachgeholfen, indem die Messegesellschaft eine Sonderfläche bereitstellt, für die sie geringere Abgaben veranschlagt (ART Unlimited).¹⁵²⁵ Ebenfalls zu ermäßigten Standmieten werden die Plätze im Sektor Nachwuchsförderung, ART Statements genannt, vergeben.¹⁵²⁶ Dies alles hat auch zur Folge, dass trotz des hohen Anspruches der Messe rund ein Viertel der angebotenen Kunstwerke unter Euro 5.000,-- kosten sollen.¹⁵²⁷ Eher ein „Gag am Rande“ war der Wellenessbereich als besonderer Besucherservice im Jahr 2001, wo sich die gestressten Sammler oder Aussteller von Massagen und Maniküren verwöhnen lassen konnten.¹⁵²⁸

Die Attraktivität der Messe ist noch gestiegen, nachdem sich abgewiesene Bewerber seit 1996 zu einer Ausstellung in direkter Nachbarschaft zusammenfinden, der sogenannten Liste 2000.¹⁵²⁹ Man versteht sich allerdings nicht als Protestveranstaltung, sondern als Probebühne mit dem Fernziel der ART-Teilnahme.¹⁵³⁰

Der große Erfolg der Messe hat dazu geführt, dass es im Dezember 2002 erstmals einen westamerikanischen Ableger gab: ART Basel Miami Beach nennt sich das

¹⁵²² HERCHENRÖDER: 20./21.06.2003. Diese Entwicklung scheint auch davon zu profitieren, dass die Biennale zunehmend versucht, analog zur Kassler documenta den aktuellen Stand der internationalen Kunstproduktion zu zeigen (MAAK: 15.06.2003). Gleichwohl liegen die Besucherzahlen in Biennale-Jahren nicht unbedingt höher (FABER-CASTELL: 19.06.2001).

¹⁵²³ VILLINGER: 22.06.2002.

¹⁵²⁴ HERCHENRÖDER: 23./24.06.2000; MACK: 08/2002.

¹⁵²⁵ KNÖPFEL: 25/1999; FABER-CASTELL: 16./17.06.2000. Unabhängig von seiner Größe wird für jedes Objekt bei „Art Unlimited“ der Betrag von SFr 5.000,-- gefordert (KRÜGER: 2000-1).

¹⁵²⁶ CRÜWELL: 26.06.1999; CRÜWELL: 01.07.2000.

¹⁵²⁷ GROPP: 10.05.2003.

¹⁵²⁸ HERSTATT: 13.06.2001.

¹⁵²⁹ Hinter Liste steht die Jahreszahl der Veranstaltung; Liste 2000 ist daher nur ein Beispiel (BARTELS: 23./24.06.2000).

¹⁵³⁰ BARTELS: 23./24.06.2000

Schweizer Exportprodukt.¹⁵³¹ Dies mutet zunächst überraschend an, gibt es doch in den USA diverse Messen – nicht zuletzt die ART in Chicago, die sich der modernen und zeitgenössischen Kunst verschrieben hat.¹⁵³² Diese allerdings kann sich nicht mit der Qualität einer Art Basel messen, dazu ist die Chicagoer Veranstaltung mit über 200 Teilnehmern viel zu groß.¹⁵³³ Die Teilnehmer der Art Basel hingegen haben sich mit der Verwirklichung dieses Projekts erfolgreich einen Zugang zu den Märkten der USA wie Südamerikas geschaffen.¹⁵³⁴

6.1.2.6 Köln

Die 1967 gegründete Art Cologne ist mit jährlich über 200 ausstellenden Galerien sowie deutlich über 50.000 Besuchern die älteste und bedeutendste Messe für moderne und zeitgenössische Kunst in Deutschland.¹⁵³⁵ Der Skulptur wurde von 2000 bis 2004 mit der Köln Skulptur ein eigener Bereich gewidmet; wie in Basel waren die Mieten hier niedriger als in den übrigen Ausstellungsräumen.¹⁵³⁶ Als dauerhafter hat sich ein Art Cologne-Förderprogramm erwiesen, welches von der Köln-Messe, dem Bundesverband Deutscher Galerien, der Stadt Köln, dem Land Nordrhein-Westfalen und der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien getragen wird und jährlich 25 Künstler unterstützt.¹⁵³⁷ Die Werke dieser Künstler werden in eigenen Förderkojen gezeigt.¹⁵³⁸

Die wirtschaftliche Bedeutung der Art Cologne ist erheblich - es soll Galerien geben, die hier bis zu 75% ihres Jahresumsatzes machen.¹⁵³⁹ Entsprechend groß ist der Andrang auf Zulassung und der Unmut der Abgewiesenen. Denn die Ablehnung

¹⁵³¹ FABER-CASTELL: 30.06./01.07.2000; BENNETT: 05.02.2001; HERSTATT: 02.08.2001.

¹⁵³² HERCHENRÖDER (2000): 21.

¹⁵³³ In den USA wird sie daher schon als "upscale artistic Wal-Mart" bezeichnet (STEPHAN: 20.05.2000)

¹⁵³⁴ GROPP: 19.01.2002; SACHS: 07.12.2002; HERCHENRÖDER: 20./21.12.2002; GROPP: 06.12.2003.

¹⁵³⁵ SOMMER: 09/2000-1; STADEL: 03.11.2001. Zum Vergleich: Die Art Cologne konnte 1998 70.000, die Art Frankfurt 25.000 und das Art Forum Berlin 16.000 Besucher verzeichnen (VALENTIN: 25./26.06.1999).

¹⁵³⁶ IMDAHL: 11.11.2000-1; HERSTATT: 12.03.2001; HERSTATT: 31.10.2001; HERCHENRÖDER: 01./02.11.2002.

¹⁵³⁷ NEBELUNG: 03./04.11.2000.

¹⁵³⁸ VIELHABER: 03./04.11.2000.

¹⁵³⁹ VALENTIN: 05.12.2000. Die Gesamtkosten eines Messeauftritts werden auf Euro 50.000,-- geschätzt (HERSTATT: 31.10.2001).

bedeutet nicht nur einen realen Einkommens- oder zumindest Umsatzverlust. Sie bedeutet auch ein öffentliches Infragestellen der Qualität der Galeristenarbeit oder der Werke der vertretenen Künstler.¹⁵⁴⁰

So ist die Entwicklung der Zulassungspraxis und der Zulassungsvorschriften beispielgebend wohl für den gesamten Messebetrieb weltweit. Ursprünglich hat der Bundesverband Deutscher Galerien (BVDG) die Messe ausgerichtet und dementsprechend nur Verbandsmitglieder zugelassen. 1996 hatte eine Klage auf Zulassung von Nicht-Mitgliedern Erfolg. Veranstalter der Art Cologne ist seither die Messe Köln. In der Folge musste der Verband einen nennenswerten Mitgliederschwund verkraften.¹⁵⁴¹

Ein aus sieben an der Messe teilnehmenden Galeristen und einem Vertreter der Messegesellschaft bestehendes Zulassungsgremium¹⁵⁴² unterteilt die Bewerber in eine Gruppe 1, deren Zulassung einstimmig, und eine Gruppe 2, deren Zulassung mehrheitlich angenommen wurde.¹⁵⁴³ Mehrheitliche oder einstimmige Ablehnungen werden offiziell abgelehnt.¹⁵⁴⁴ Galerien, die sich in der Gruppe 2 wiederfinden und bereits fünfmal in Folge teilgenommen haben, werden ebenfalls abgelehnt.¹⁵⁴⁵

Zulassungsvoraussetzungen sind zunächst, dass die Galerie in den zurückliegenden drei Jahren je vier Galerieausstellungen veranstaltet hat und dies durch die Vorlage von den entsprechenden Einladungskarten auch belegen kann.¹⁵⁴⁶ Schon in der Bewerbung muss der Galerist die zur Ausstellung geplanten Künstler nennen und darf hierbei die Zahl von acht Künstlern nicht überschreiten.¹⁵⁴⁷ Hinzu kommt

¹⁵⁴⁰ STADEL: 25.08.2001.

¹⁵⁴¹ HENLE: 25.03.2000.

¹⁵⁴² IMDAHL: 18.09.2001; STADEL: 25.08.2001. Bezüglich ihrer eigenen Teilnahme müssen sich die Galeristen bei Gremiumsentscheidungen enthalten.

¹⁵⁴³ IMDAHL: 04.11.2000.

¹⁵⁴⁴ Zum Vergleich: Die TEFAF in Maastricht kann aufgrund niederländischer Gesetze Bewerber erst nach zweimaliger Warnung ablehnen; in der Realität jedoch werden Ablehnungen auch beim ersten Mal ausgesprochen – im festen wie bislang berechtigten Vertrauen darauf, dass die Kandidaten aus Angst vor negativer Presseberichterstattung auf ein Verfahren verzichten (BENNETT: 20.03.2000)

¹⁵⁴⁵ IMDAHL: 04.11.2000.

¹⁵⁴⁶ IMDAHL: 04.11.2000; VALENTIN: 17./18.11.2000.

¹⁵⁴⁷ IMDAHL: 30.06.2001.

beispielsweise, dass der Galerist die beantragten Künstler bereits ausgestellt hat – sofern möglich als Erstgalerist.¹⁵⁴⁸

Seit 2000 gibt es für Bewerber eine Möglichkeit, sich einen Platz sicherzustellen: Hat man bereits zwei Mal teilgenommen und entschließt sich, ein Jahr auszusetzen, ist der Platz im Folgejahr garantiert.¹⁵⁴⁹ Finden sich nicht genügend freiwillige „Aussetzer“, schlägt das Zulassungsgremium diese sogenannte Rotation jedem Bewerber der Gruppe 2 vor.

Die Ablehnung eines Antrags auf Zulassung zur Messe muss „nachvollziehbar und überprüfbar“¹⁵⁵⁰ sein. Aufhänger aller gerichtlich geltend gemachten Klagen auf Zulassung¹⁵⁵¹ ist das deutsche Kartellrecht: Da die Messe die Marktstellung eines Monopolisten innehat, genießt sie keine unbeschränkte Kontrahierungsfreiheit, sondern darf Bewerber nur aus „nichtdiskriminierenden“ Gründen ablehnen.¹⁵⁵² So zum Beispiel Formalien wie die nicht ausreichende Öffnungsdauer einer Galerie, aber auch qualitative Mängel des Programms. Obgleich das Auswahlgremium verpflichtet wurde, Ablehnungen nachvollziehbar zu begründen, könnte der unbedarfte Beobachter den Eindruck haben, die Kriterien würden nicht für alle Bewerber gleich gelten.

In der Tat gibt es in den Zulassungsbestimmungen eine Klausel, nach der bestimmte Anforderungen negiert werden können, wenn alle Mitglieder des Zulassungsausschusses einstimmig entsprechend entscheiden. Auch deshalb sprach man hinter vorgehaltener Hand oder in der Presse von den „Mafiamethoden“ eines „Politbüros“.¹⁵⁵³

Hinzu kommt der Unmut über eine Bearbeitungsgebühr i.H.v. Euro 460,60 plus Mehrwertsteuer, welche – in 2000 erstmals erhoben – auch im Falle einer Ablehnung

¹⁵⁴⁸ IMDAHL: 04.11.2000; VALENTIN: 05.12.2000.

¹⁵⁴⁹ IMDAHL: 16.12.2000.

¹⁵⁵⁰ Nach einem Urteil des OLG Düsseldorf vom 08.06.1999 (VALENTIN: 25./26.06.1999).

¹⁵⁵¹ 1998: 3 Klagen; 1999: 9 Klagen; 2000: 30 Klagen (KRAMER: 01/2001).

¹⁵⁵² IMDAHL: 30.06.2001. Kontrahierung bedeutet in diesem Fall, dass die Messeteilnehmer selbst über die Zulassung anderer Messeteilnehmer entscheiden.

¹⁵⁵³ KRAMER: 01/2001.

einbehalten wird.¹⁵⁵⁴ Dies wird mit den hohen Kosten für Durchsicht und Rücksendung der Bewerbungsunterlagen gerechtfertigt; die Messegesellschaft wies 2000 darauf hin, dass man anderenfalls die Standmieten hätte erhöhen müssen. Die abgewiesenen Bewerber verhelfen nun mit ihrem Obolus den erfolgreichen Konkurrenten zu stabilen Teilnahmebedingungen.¹⁵⁵⁵

Die allgemeine Marktschwäche und die neue Konkurrenz der Londoner Frieze Art Fair haben diese Problematik seit 2002 in den Hintergrund treten lassen – für die Messe des Jahres 2003 haben sich deutlich weniger Teilnehmer angemeldet als in den Jahren zuvor; nicht wenige große Galerien sind nach London abgewandert.¹⁵⁵⁶ Obgleich zahlreiche Galeristen, welche in früheren Jahren auskuratiert worden waren, nachrücken konnten, sahen sich die Veranstalter genötigt, die Organisation und Akquise in professionelle Hände zu legen: Seit 2003 ist mit Gérard Goodrow ein Kulturmanager, der zuvor Spezialist für zeitgenössische Kunst bei Christie's war, für die Organisation der Messe verantwortlich.¹⁵⁵⁷

6.1.2.7 Frankfurt

Im internationalen Messereigen hat sich die Art Frankfurt als die Messe für junge Kunst etabliert. Ihre Ausrichtung auf „Kunst von 1960 bis heute“ hat bewirkt, was andere Messen mit Nachdruck herbeizuführen suchen: Es kommen überdurchschnittlich viele junge Besucher und es wird (auch dank niedrigerer Preise dieser Kunst) überdurchschnittlich viel verkauft.¹⁵⁵⁸

Die Struktur der Messe schafft dafür wichtige Voraussetzungen. Im Erdgeschoss zeigen Galerien „New Attitudes“, d. h. am Markt noch nicht etablierte Künstler. Dies wird von der Leitung durch niedrigere Standmieten ermöglicht.¹⁵⁵⁹ Hinzu kommen die sogenannten künstlerischen „Projekte“; zu deren Realisierung werden ebenfalls

¹⁵⁵⁴ SOMMER: 09/2000-1; IMDAHL: 04.11.2000; IMDAHL: 11.11.2000-1.

¹⁵⁵⁵ IMDAHL: 04.11.2000; HERSTATT: 31.10.2002.

¹⁵⁵⁶ Vgl. 6.1.2.9 – *Sonstige Messen*.

¹⁵⁵⁷ IMDAHL: 02.08.2003; KRÜGER/MANGOLD: 11/2003.

¹⁵⁵⁸ VALENTIN: 27.04.2001; VALENTIN: 03.05.2001.

¹⁵⁵⁹ Der Preis für die „New Attitudes“ liegt rund 50% unter der regulären Standmiete. (HUTHER: 03/2000; HENKE: 24.03.2000).

niedrigere Mieten angesetzt.¹⁵⁶⁰ Die Selektion, die verhindert, dass sich hier marktetablierte Kunst findet, wird streng durchgehalten; man möchte den „First-View-Charakter“ der Messe erhalten.¹⁵⁶¹ Trotzdem ist der Andrang nach den günstigen Plätzen so groß, dass die Messeleitung über ein Rotationssystem nachdenkt, um Chancengleichheit zu gewährleisten.¹⁵⁶² Die günstigeren Raten kommen allerdings auch den Herstellern von Künstlergraphik und -büchern zugute.¹⁵⁶³

Im ersten Stock wird dann die etablierte Kunst seit 1960 gezeigt. Zudem kann man hier die Ausstellung „Curator’s Choice“ besuchen, in der ein eingeladener Ausstellungsmacher Werke seiner Wahl präsentiert.¹⁵⁶⁴ Im Rahmen-Programm, das die junge Zielgruppe geschickt anspricht, findet sich die Verleihung des mit Euro 25.000,-- dotierten Adam-Elsheimer-Preises an einen deutschen Kunstverein,¹⁵⁶⁵ die Vorführung von Künstlerfilmen im Art-Kino und eine „Art Frankfurt Edition“ in einer Auflage von 100 Stück zum Preis von Euro 50,--.¹⁵⁶⁶

6.1.2.8 Berlin

In einer Art Rebellion gegen die Art Cologne wurde 1996 mit einem Zusammenschluss 14 Galerien das Art Forum Berlin gegründet – eine betont jugendlich auftretende Veranstaltung mit besonders „frischen“ Werken.¹⁵⁶⁷ Gegenwartskunst bedeutet hier reine Zeitgenossenschaft; die klassische Moderne war zunächst nur in verschwindendem Maße präsent, seit 2003 wird nur noch die Kunst der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts gezeigt.¹⁵⁶⁸

Auch äußerlich versucht man, sich von der etablierten Messekonkurrenz abzusetzen: die Aussteller zeigen ihre Werke nicht nur in winzigen Kojen, sondern teilweise auch

¹⁵⁶⁰ VALENTIEN: 24./25.05.2002.

¹⁵⁶¹ VALENTIEN: 24./25.05.2002.

¹⁵⁶² GROPP: 25.03.2000.

¹⁵⁶³ HUTHER: 03/2000.

¹⁵⁶⁴ VALENTIN: 27./28.04.2001.

¹⁵⁶⁵ Ursprünglich 1992 als undotierter Preis für engagierte Privatsammler ins Leben gerufen (HUTHER: 03/2000).

¹⁵⁶⁶ VALENTIN: 03./04.11.2000; HUTHER: 03/2000.

¹⁵⁶⁷ BLECHEN: 17.06.2000. Tatsächlich waren im Jahr 2000 rund 90% der ausgestellten Arbeiten in den vorangegangenen fünf Jahren entstanden (IMDAHL: 30.09.2000).

in entsprechend großzügig dimensionierten Gemeinschaftskojen.¹⁵⁶⁹ Wird die Verteilung der Plätze nach dem Alphabet noch als demokratische Errungenschaft gefeiert, so sind die Gemeinschaftskoje umstritten: Diese Einrichtungen können nur schwer die Identität und Individualität der einzelnen Galerien transportieren.¹⁵⁷⁰ Aber auch zur Gewinnung neuen Publikums geht man ungewöhnliche Wege. An der Eröffnung kann man nicht nur als Besitzer einer Ehrenkarte teilnehmen. Jedermann kann eine Eröffnungskarte kaufen.¹⁵⁷¹

Andere Faktoren orientieren sich hingegen an Köln oder Frankfurt: Junge Galerien erhalten vergünstigte Flächen,¹⁵⁷² es gibt die Diskussionsreihe „Berlin Talks“ mit internationalen Teilnehmern zu Fragen der zeitgenössischen Kunst,¹⁵⁷³ überhaupt wird die Messe (auch zeitlich) konsequent in den Berliner Kulturherbst mit seinen zahlreichen Ausstellungen eingebunden.¹⁵⁷⁴

Die Budgetlücken der Veranstalter hingegen wurden zunächst von der Berliner Bankgesellschaft geschlossen.¹⁵⁷⁵ Diese hatte ihrerseits das Geschäftsjahr 2000 mit einem milliardenschweren Fehlbetrag abgeschlossen, so dass sie über die vertraglich abgesicherte Messe des Jahres 2001 hinaus keine Sponsorenzusage zu geben in der Lage war.¹⁵⁷⁶ Davon unabhängig war die Übertragung der Trägerschaft von besagter Vereinigung von 14 Galerien auf die Messegesellschaft.¹⁵⁷⁷

Allerdings steht die Messe seit ihrer Gründung im Ruf, dass auf ihr und mit ihr kein Geld zu verdienen sei – ein Etikett, mit dem Berlin generell gern belegt wird.¹⁵⁷⁸ Die Konzentration auf Gegenwartskunst hat ihre Auswirkungen auf die

¹⁵⁶⁸ BUCHHOLZ: 30.09.2000; HERCHENRÖDER: 02./03./04.10.2003; HUESTER: 04.10.2003.

¹⁵⁶⁹ HERCHENRÖDER: 22./23.09.2000; HERCHENRÖDER: 29./30.09.2000-1.

¹⁵⁷⁰ VILLINGER: 13.10.2001-2

¹⁵⁷¹ BLECHEN: 09.09.2000.

¹⁵⁷² HERCHENRÖDER: 22./23.09.2000.

¹⁵⁷³ HERSTATT: 27.09.2001.

¹⁵⁷⁴ HERSTATT: 27.09.2001.

¹⁵⁷⁵ BLECHEN: 17.06.2000; HERCHENRÖDER: 22./23.09.2000.

¹⁵⁷⁶ HERSTATT: 27.09.2001; BUCHHOLZ: 29.09.2001.

¹⁵⁷⁷ BUCHHOLZ: 29.09.2001.

¹⁵⁷⁸ IMDAHL: 30.09.2000; IMDAHL: 06.10.2001-1. 1999 hatte mit eben dieser Begründung Sotheby's sein Berliner Büro aufgegeben (WEINRAUTNER: 18.07.2001); 2002 stellte Ketterer seine Berliner Auktionen ein (IMDAHL: 03.08.2002); vgl. 5.3.2.4 – Das Netzwerk.

Wirtschaftlichkeit; die erfolgreichsten Messen haben nicht umsonst ihr Angebot auf Kunst des (gesamten) 20. Jahrhunderts ausgedehnt.¹⁵⁷⁹

In überraschendem Ambiente präsentiert sich die zweite Berliner Messe: Ars Nobilis – Zukunft braucht Vergangenheit. Sie findet seit 2000 im Untergeschoss der Volkswagen-Niederlassung „Automobil Forum“ an der Ecke von Unter den Linden und der Friedrichstraße statt.¹⁵⁸⁰ In ihrer Ausrichtung sieht sie sich in Fortsetzung oder Nachfolge der Messe Orangerie im entsprechenden Gebäude des Schlosses Charlottenburg, welche von 1981 bis 1995 die bedeutendste Altkunstmesse Berlins war.¹⁵⁸¹ Die Aussteller zeigen Altkunst mit Schwerpunkt auf einerseits angewandte Kunst, andererseits Stücke mit Berliner Bezug.¹⁵⁸² Die Öffentlichkeitsarbeit wird von der Verwaltung der Volkswagen-Niederlassung betrieben.¹⁵⁸³ Als Grundlage der Öffentlichkeitsarbeit wird in aller Regel von jedem Aussteller ein Objekt ausgewählt. Dieses wurde jeweils von (außenstehenden) Fachleuten beschrieben – erstmals in 2001 in der Zeitschrift WELTKUNST vorgestellt.¹⁵⁸⁴

6.1.2.9 Sonstige Messen

Eine bedeutende Messe ist auch die Biennale des Antiquaires in Paris, welche angebotsseitig wenig unterhalb von Maastricht, aber auf einem Niveau mit der Londoner Grosvenor House Fair steht.¹⁵⁸⁵ Alle zwei Jahre stattfindend, wechselt sie sich seit 2003 mit dem Salon du Collectionneur ab und wird durch den im Frühjahr stattfindenden Pavillion (ehemals Pavillion des Antiquaires) flankiert.¹⁵⁸⁶

Besonders interessant ist jedoch das Programm einer anderen Pariser Messe, die sich zeitgenössischer Kunst widmet, der FIAC (Foire Internationale d'Art Contemporain). Im Jahr 2000 schrieben die Statuten den Ausstellern nämlich vor, jeweils nur einen

¹⁵⁷⁹ HOFFMANN: 17.08.2003; HERCHENRÖDER: 02./03./04.10.2003.

¹⁵⁸⁰ HERSTATT: 15.11.2001.

¹⁵⁸¹ VALENTIN: 03./04.11.2000.

¹⁵⁸² HERCHENRÖDER: 25.09.2001.

¹⁵⁸³ VALENTIN: 03./04.11.2000.

¹⁵⁸⁴ Ausgabe Nr. 10/2001 vom 15. September 2001.

¹⁵⁸⁵ HERCHENRÖDER: 04.07.2001; BENNETT: 31.03.2003.

¹⁵⁸⁶ HEINICK: 08.02.2003; HERSTATT: 01.04.2004.

Künstler pro Stand zu zeigen.¹⁵⁸⁷ Dies sorgte zunächst für großen Unmut unter den Händlern, da ein solches Konzept immer auch ein konzeptioneller Risikofaktor ist.¹⁵⁸⁸

Das Ergebnis allerdings gab den Veranstaltern recht: Was das Messeangebot an Vielfalt eingebüßt hat, konnte es an Homogenität und Qualität gewinnen; eine wirkliche Umsetzung des Messegrundsatzes „Weniger ist Mehr“.¹⁵⁸⁹ Durch die Beschränkung kamen auch großformatige Arbeiten und Installationen, für die sonst kein Platz gewesen wäre, in die Ausstellung; zwecks Risikominimierung präsentierten einige Galerien zwei oder drei Künstler hintereinander.¹⁵⁹⁰ Zudem bringt die „One Man Show“ auch den Künstler selbst wieder leichter auf die Messe, was der öffentlichen Aufmerksamkeit durchaus dienlich ist.¹⁵⁹¹

Dennoch waren die Publikumsreaktionen gemischt: Auf der einen Seite wurde die Zunahme von hochkarätigen Besuchern registriert, die sich vom Programm eine Qualitätssteigerung versprochen und diese auch vorfanden, andererseits stieg die Zahl derer, die in einer Stunde alles gesehen hatten und die wahren Entdeckungen vermissten, da alle Galeristen auf „Nummer Sicher“ gegangen seien.¹⁵⁹² Die Besucherzahlen gingen in der Folge um 20% zurück.¹⁵⁹³ Ab dem Jahr 2002 wurde die formelle Beschränkung auf die Präsentation nur eines Künstlers aufgehoben; nahezu die Hälfte der Galerien behielt trotzdem die „One Man Show“ bei.¹⁵⁹⁴ Um die Attraktivität der Messe zu erhöhen, wurde sie 2004 um eine weitere Halle mit Ausstellern von Modern Design erweitert.¹⁵⁹⁵

In direkter zeitlicher wie inhaltlicher Konkurrenz zur FIAC steht seit 2003 die Londoner Art Frieze Fair, welche vom gleichnamigen Magazin ausgerichtet wird: In anderen Branchen ist es durchaus üblich, Messen von Fachmagazinen ausrichten zu lassen. Nicht umsonst wurde den Messeorganisatoren anerkennend publizistisches

¹⁵⁸⁷ GRIMM-WEISSERT: 17.10.2000.

¹⁵⁸⁸ GRIMM-WEISSERT: 27./28.10.2000.

¹⁵⁸⁹ HEINICK: 28.10.2000.

¹⁵⁹⁰ HEINICK: 28.10.2000.

¹⁵⁹¹ GRIMM-WEISSERT: 27./28.10.2000.

¹⁵⁹² HEINICK: 04.11.2000.

¹⁵⁹³ Von 100.000 auf 80.000 Besucher (HEINICK: 04.11.2000).

¹⁵⁹⁴ HEINICK: 13.10.2001-1.

¹⁵⁹⁵ GRIMM-WEISSERT: 12./13.03.2004.

Geschick zugesprochen.¹⁵⁹⁶ Aber auch Glamour und „bespoke parties“ haben schon im ersten Jahr zahlreiche Galerien dazu verführt, statt in Paris auf der FIAC oder in Köln auf der Art Cologne ihre Kunstwerke im Herbst in London anzubieten.¹⁵⁹⁷

Eine Sonderstellung wegen ihres attraktiven Ambientes genießen die (Altkunst-) Messen in historisch bedeutenden Gebäuden. Hier können die angebotenen Stücke in einem ansprechendem Umfeld gezeigt werden; ein Schwerpunkt ist daher auch häufig das Angebot von die regionale Kulturgeschichte widerspiegelnden Stücken.

Die erste dieser Messen war die Veranstaltung in der Orangerie des Schlosses Herrenhausen in Hannover.¹⁵⁹⁸ Gegründet 1969, findet sie alljährlich zeitgleich zur großen Industriemesse statt und gilt vielen als schönste Messe Deutschlands.¹⁵⁹⁹ Die allgemeine Messemüdigkeit, die terminliche Konkurrenz zu anderen Veranstaltungen und letztlich eine Umstrukturierung des Veranstalters führten nach über 30 Jahren zur Aufgabe – ab 2003 sollte die Messe als „Die neue Kunstmesse Hannover“ in den dortigen Messehallen stattfinden.¹⁶⁰⁰ Allein das Engagement einiger weniger Aussteller hat die Messe jedoch an ihrem historischen Standort erhalten; seither wird sie von den Ausstellern in Eigenregie veranstaltet.¹⁶⁰¹ Herrenhausen diente als Vorbild für die Messe in der Orangerie des Schlosses Schwetzingen, welche zunächst alternierend mit einer Messe im Stuttgarter Haus der Wirtschaft, seit 2000 unabhängig alle zwei Jahre im Herbst stattfindet.¹⁶⁰²

Neue Impulse kommen aus Fernost, wo sich im Jahr 2003 die erste galeriefreie Messe in Shanghai etabliert hat – 300 Künstler aus aller Welt nutzen sie als Plattform, eigene Arbeiten zu zeigen und zu verkaufen.¹⁶⁰³ Ein Messekonzept, welches in niedrigen Preisen seine Erfolgchancen sieht und sich an Kunstaussstellungen oder

¹⁵⁹⁶ IMDAHL: 11.01.2003; IMDAHL: 26.04.2003; HERCHENRÖDER: 24./25.10.2003.

¹⁵⁹⁷ HEINICK: 11.10.2003; THIBAUT: 17./18.10.2003; IMDAHL: 18.10.2003; HERSTATT: 23.10.2003; KARCHER: 03/2003.

¹⁵⁹⁸ CRÜWELL: 08.04.2000; WEINRAUTNER: 14./15.04.2000.

¹⁵⁹⁹ WEINRAUTNER: 14./15.04.2000. Nur 1997 und 1999 wich die Messegesellschaft wegen Restaurierung der Orangerie nach Hamburg aus (WEINRAUTNER: 14./15.04.2000; WEDEL: 07.02.2004). In der Zwischenzeit hat sich in Hamburg eine eigene kleine Messe im Spiegelsaal des Museums für Kunst und Gewerbe etabliert, welche von einer Vereinigung norddeutscher Kunsthändler getragen und bestückt wird (WEDEL: 10.11.2001).

¹⁶⁰⁰ HERCHENRÖDER: 01/2002; CRÜWELL: 08.12.2001.

¹⁶⁰¹ RUMP: 03.05.2003; VALENTIN: 09./10.05.2003.

¹⁶⁰² CRÜWELL: 30.09.2000.

große Messen anhängt, wurde ebenfalls 2003 in Düsseldorf (mit der European Art Expo neben der Helmut-Newton-Ausstellung im NRW-Forum Kultur und Wissenschaft) und Köln (mit art.fair, parallel zur Art Cologne) umgesetzt.¹⁶⁰⁴

Das Marktsegment der bibliophilen Sammler bedient das dichte Netz der fünf bedeutenden Antiquariatsmessen. Wichtigste ist die Stuttgarter Antiquariatsmesse, die vom Verband Deutscher Antiquare durchgeführt wird und im Jahr 2003 einer umfassenden Überarbeitung und Verjüngung ihres Auftritts unterzogen wurde.¹⁶⁰⁵ Sie profitiert auch von der zumeist von jüngeren Kollegen getragenen Messe im nahegelegenen Ludwigsburg, der Antiquaria.¹⁶⁰⁶ Für Verbandsmitglieder, die in Stuttgart trotz jahrelangen Wartens nicht zum Zuge kamen, hatte der Verband einst die Kölner Antiquariatsmesse gegründet. Wegen drastischem Rückgang der Anmeldungen musste sie in den Jahren 2000 und 2001 pausieren: Diejenigen, welche auf eine Stuttgarter Zulassung erhofften, waren verführt, sich an der 2000 ins Leben gerufenen Liber Berlin zu beteiligen, welche sich auf dem Niveau der Stuttgarter Messe bewegt, statt auf eine Stuttgarter Zulassung zu warten.¹⁶⁰⁷ Neben den deutlich kleineren Messen in München und Düsseldorf kann aber der Interessent eine weitere Neuerung besuchen: Den Gesamtkatalog der Düsseldorfer Messe im Internet.¹⁶⁰⁸ Die Hamburger Antiquariatsmesse „quod libet“ druckt ihren Katalog sogar nur noch auf Bestellung – es entfällt der teure Vorabdruck und Versand.¹⁶⁰⁹

6.1.3 Neue Distributionskanäle

Mit dem Ende des Booms und der Verringerung der Marge ist der Einsatz speziell für zeitgenössische Kunst nicht nur wieder mit mehr Mühen, Engagement und Risiko verbunden, der Rückgang der Geschäfte hat auch noch zu einer Entmystifizierung des Berufsstandes geführt.¹⁶¹⁰ So ist der Beruf des klassischen Galeristen im Rückzug

¹⁶⁰³ THON: 09/2003.

¹⁶⁰⁴ GASSMANN: 09/2003-2.

¹⁶⁰⁵ VALENTIN: 27./28.10.2000; HERSTATT: 01.02.2001; HERSTATT: 24.01.2002; VALENTIN: 24.01.2003; ERCHE: 25.01.2003.

¹⁶⁰⁶ ERCHE: 17.01.2004; FERCHL: 22.01.2004.

¹⁶⁰⁷ VALENTIN: 04./05.08.2000; BLECHEN: 27.10.2001; VALENTIN: 02./03.11.2001; ERCHE: 06.04.2002.

¹⁶⁰⁸ www.abooks.de; VALENTIN: 27./28.10.2000.

¹⁶⁰⁹ VALENTIN: 24./25.10.2003.

¹⁶¹⁰ EWERBECK (1994): 12.

begriffen; aufgrund der allgemeinen Preissteigerungen kann sich kaum eine Galerie noch ein größeres Warenlager leisten und vom Sekundärmarkt sind die Programmgalerien weitestgehend verschwunden.¹⁶¹¹

Hinzu kommt, dass durch die zunehmende Transparenz des Marktes die Zwangskopplung von Verkaufs- bzw. Ausstellungsraum und Unternehmenssitz in der Auflösung begriffen ist – Büro und Lager bestücken Ausstellungen in wechselnden Lokalisationen.¹⁶¹² Häufig wird sogar die Durchführung einer Ausstellung oder die Teilnahme an einer Messe als überflüssig angesehen; die Ware steht in Lagern und wird direkt von dort aus (ohne Ausstellung) verkauft – der Händler wird zum reinen Broker.¹⁶¹³ Um Broker zu werden, muss man allerdings neben dem nötigen Fachwissen exzellente Kontakte zu Sammlern und Museen haben, welche man sich häufig nur durch langjährige Tätigkeit für ein Auktionshaus oder eine Galerie erwerben kann. Diese Entwicklung wird durch neue Medien, Kommunikations- wie Distributionswege erleichtert und gefördert.¹⁶¹⁴

Dieses System hat nicht nur Kosten-, sondern auch Zeitvorteile. Wenn der Verkäufer eine diskrete und vor allem rasche Transaktion wünscht, kann die Vermittlung durch einen Broker die beste Lösung sein.¹⁶¹⁵ Zum großen Ärger der Kollegenschaft nimmt allerdings der Handel mit fremden Objekten zu: Der Broker lässt sich als Interessent Photos von Kunstwerken aushändigen, um dann mit diesen auf Messen oder im Internet (zuweilen ohne Wissen des Eigentümers oder Besitzers) die Objekte anzubieten.¹⁶¹⁶

6.1.3.1 Handel im Internet

Die neuen Medien haben auch das Bild der Kunstvermittlung radikal verändert; Händler publizieren Internetkataloge und eröffnen Internetgalerien.¹⁶¹⁷ Interessenten

¹⁶¹¹ BERTZ: 06.07.2001.

¹⁶¹² FESEL (2002): 322.

¹⁶¹³ SHAW (2002): 348; BERTZ: 06.07.2001; BENNETT: 21.01.2002.

¹⁶¹⁴ GÜNTER/HAUSMANN (2002): 117.

¹⁶¹⁵ GROSS: 06.04.2002. Souren Melikian, Kunstmarktredeakteur des International Herald Tribune, spricht in der Tat vom "brokerage system" (MELIKIAN: 28./29.10.2000).

¹⁶¹⁶ VALENTIN: 18./19.02.2000.

¹⁶¹⁷ SCHAERNACK: 12./13.03.1999; BOOTH: 12./13.05.2000.

können einen virtuellen Galerierundgang unternehmen und auch direkt über das Netz kaufen.¹⁶¹⁸ Denn lange bevor sich Internetauktionen etablierten, hatte der Kunsthandel, vor allem der gehobenen Buch- und Münzenhandel, das Netz als Informationsquelle, Präsentationsplattform und als Distributionskanal entdeckt.¹⁶¹⁹

Der Absatz von Kunst über das Internet ist nicht risikolos, Aufwand und Probleme sind nicht zu unterschätzen.¹⁶²⁰ Schon auf anderen Geschäftsfeldern hat sich nach einer ersten Euphorie herausgestellt, dass das Internet für hochpreisige Waren zu anonym ist.¹⁶²¹ Auf dem Kunstmarkt kommt hinzu, dass auch die Wirkung von Kunst im Internet umstritten ist und sogar von erklärten Anhängern des Cyberspace wie dem Leiter des Karlsruher Zentrums für Kunst- und Medientechnologie, Peter Weibel, ganz generell angezweifelt wird, da im Netz ein größerer Teil ihrer Wirkung als im Katalog verloren geht: "Historische Kunstwerke sind für die neuen Medien weniger geeignet."¹⁶²²

Generell gilt für den Kunstmarkt, dass er ein "Elitemarkt" ist, der nur zu einem geringen Teil (zum Beispiel bei Büchern, Graphik, Autographen und Photographie) den Massenabsatz erlaubt.¹⁶²³ Es zeigt sich einmal mehr, dass der Liebhaber im intimen Umgang mit dem Objekt seiner Leidenschaft nicht bereit ist, anonyme Wege zu gehen.¹⁶²⁴

Unter Antiquaren und Münzhändlern hat sich zudem die Haltung herausgebildet, das Internet biete nicht notwendigerweise mehr Umsatz, sondern vor allem eine schärfere Angebots- und Preiskonkurrenz.¹⁶²⁵ Die Markttransparenz im Internet bedingt eine Verschärfung der Wettbewerbssituation der Anbieter, was niedrigere Gewinnspannen zur Folge haben kann.¹⁶²⁶ Dies trifft naturgemäß besonders zu auf

¹⁶¹⁸ Das prominenteste Beispiel ist sicherlich der Londoner Händler-Sammler Charles Saatchi, der zusammen mit dem Internet-Kunstvermittler Eyestorm eine Internet-Galerie etablierte (Art Investor 02/2001; www.saatchi.eyestorm.com), vgl. 2.2.3.2 – Der Händler-Sammler.

¹⁶¹⁹ BENNETT: 24.07.2000.

¹⁶²⁰ PRISTIN: 20.01.1999; AFP-NEW YORK: 09.03.1999.

¹⁶²¹ SCHMIDT: 30.04.1999.

¹⁶²² WEIBEL: 3/1999.

¹⁶²³ HERCHENRÖDER: 21./22.05.1999.

¹⁶²⁴ WILKE: 02/2001.

¹⁶²⁵ FABER-CASTELL: 12.03.2003; KLINGENMAIER: 22.01.2004.

¹⁶²⁶ OBERENDER/ZERTH (2002): 72; MARTIN (2002): 181.

Mehrfachausfertigungen, in dem der Anbieter die Schwierigkeit hat, einen Seltenheitswert auch tatsächlich in einen Verkaufspreis umzusetzen – zu groß die Wahrscheinlichkeit, dass bei über 8 Millionen im Internet offerierten Büchern die gleiche Erstausgabe auch bei der Konkurrenz erhältlich ist.¹⁶²⁷ Nicht umsonst nennt Christian Herchenröder die Internetauktionen “das Geschäft mit der Hoffnung”, welches keine Web-Shopper zu Kennern mache, sondern ein breites Konsum-Proletariat züchte.¹⁶²⁸ Aber vielleicht ist der Markt der antiquarischen Bücher auch im Rückzug ein Vorreiter: Nach dem Abklingen der Anfangseuphorie ist zu bemerken, dass die Zahl der Antiquariatskataloge, welche in gedruckter Form erscheinen, wieder deutlich zugenommen hat.¹⁶²⁹

Ganz generell kann zum Internethandel zudem festgestellt werden, dass bei der Entwicklung von Computersystemen in der Vergangenheit Bedienkomfort, Geschwindigkeit und nicht zuletzt der Gewinn von Marktanteilen im Vordergrund standen – Sicherheitsaspekte wurden nur in geringem Maße berücksichtigt.¹⁶³⁰ Zahllose Hackerangriffe auf das Internet haben Ängste der Benutzer geschürt, durch Preisgabe persönlicher Daten im Internet Missbrauch innerhalb wie außerhalb des Netzes zu ermöglichen.¹⁶³¹

Gerüchte von Sammlern, die auf hochwertige Stücke geboten haben und danach einen Einbruch in ihrem Haus erlitten haben sollen, haben bereits die seriöse Berichterstattung erreicht – bei bestimmten e-Mail-Adressen kann man den Wohnort des Nutzers eruieren.¹⁶³² Hinzu kommt die Belästigung durch Werbeangebote, wenn der Betreiber Adresse und Interessengebiet verkauft – ein Risiko, welches allerdings auch der postalische Katalogbesteller eingeht.¹⁶³³

All diesen Problemen stehen aber auch große Vorteile des Internethandels gegenüber. So ist die Markttransparenz unübertroffen, kaum eine Zielgruppe wird nicht erreicht. Besonders Nischenmärkte finden ihre Interessenten leichter im Internet. Wer nach

¹⁶²⁷ FABER-CASTELL: 12.03.2003; VALENTIN: 05./06.09.2003.

¹⁶²⁸ HERCHENRÖDER: 21./22.05.1999; HERCHENRÖDER: 8/1999.

¹⁶²⁹ ERCHE: 10.01.2004.

¹⁶³⁰ SIEBER: 30.06.2000.

¹⁶³¹ MARTENS: 13/1999; HENZE: 13.06.2000.

¹⁶³² WEIDELICH: 08.08.2000; SCHIEB: 06/07.07.2001.

¹⁶³³ SPEHR: 24.09.2002.

bestimmten Objekten oder Künstlern sucht, war aufgrund der starken Fragmentierung des Angebots früher auf ein persönliches Beziehungsgeflecht angewiesen und kann diese Recherche nun deutlich schneller und effizienter im Internet vornehmen.¹⁶³⁴ Der Handel hat mit dem Internet als Informationsmedium dadurch die Möglichkeit, ohne das umfangreiche und teure Netzwerk internationaler Auktionshäuser tatsächlich international und ohne Bindung an den Standort zu operieren.¹⁶³⁵

Nicht zuletzt gab es auch schon vor der Einführung des Internet zahlreiche Kunden, die Kunst ungesehen kauften: Einerseits nach der Katalogabbildung durch ein schriftliches Gebot auf einer Auktion, andererseits nach Ektachromen oder Photos vom Galeristen (über Vermittler und Berater). Man kann sich hierbei fragen, woher der Sammler das Vertrauen in das Werk nimmt. Diese Frage beantwortet Heinz Hunstein mit dem Vertrauen in den Künstler, bei unbekannten Künstlern in den Galeristen. „Wenn ich weiß, dass dieser Künstler seit Jahren vom Galeristen meines Vertrauens vertreten wird, ist das für mich eine Art Garantie in die Qualität des Kunstwerks.“¹⁶³⁶

Insgesamt sind Kunsthandelsverkäufe im Internet bislang eher selten.¹⁶³⁷ Anders als bei Internetauktionen, wo das Stück in aller Regel gar nicht wirklich, d. h. körperlich zu besichtigen ist, kann jeder Interessent rein theoretisch selbst zur Galerie gehen und das Original betrachten. Da auch der Zeitdruck der Auktion wegfällt, nutzen Handel und Kunden das Internet vornehmlich als Informationsmedium - nie zuvor war es für Nachfrager, sei es Endkunde oder Händler, möglich, sich derart umfassend und rasch über das Angebot zu informieren.¹⁶³⁸ So befindet auch der Kunsthändler Walter Feilchenfeld: „Das Internet eignet sich fabelhaft für Reklame und zur Information, aber überhaupt nicht für den aktuellen Kauf- oder Verkaufsvorgang, weil der Kunstliebhaber das Objekt doch gern anfassen will.“¹⁶³⁹

¹⁶³⁴ KOLLMANN (2002): 171.

¹⁶³⁵ NEUENDORF (2002): 188.

¹⁶³⁶ HUNSTEIN: 08.08.1999.

¹⁶³⁷ Unberücksichtigt bleiben Einlieferungen von Händlern in Internetauktionen (ROWLEY: 10.08.2000; DONEGAN: 02.03.2003).

¹⁶³⁸ FABER-CASTELL: 12.03.2003.

¹⁶³⁹ EHRET: 01/2002.

Um Zeit und Geld für die Einrichtung und ständige Aktualisierung einer eigenen Website zu sparen, schließen sich häufig Händler einer Nachbarschaft zusammen und entwickeln ein gemeinsames Portal, unter dem sie ihre Waren anbieten – z. B. als vereinigte Händlerschaft einer Stadt oder Strasse.¹⁶⁴⁰ Dieser Entwicklung haben sich auch die Verbände angeschlossen, welche mit eigenen Websites nicht nur für ihre Verbandsarbeit werben, sondern auch Direktkontakte zwischen Kunden und Händlern vermitteln wollen.¹⁶⁴¹

Eine Publikation im Internet, deren Bildaufbau immer noch viel Zeit kostet, wird auf absehbare Zeit nicht den Katalog ersetzen, den man auch nach Jahren immer wieder in die Hand nehmen kann, kann aber die Galerie für eine neue Generation von Kunden öffnen.¹⁶⁴² Nachwachsende Sammlergenerationen mögen ein gänzlich anderes Verhältnis zu den neuen Medien entwickeln. Die Verlagerung von der Nahkommunikation auf eine mediale Fernkommunikation wird als gesamtgesellschaftliche Entwicklung angesehen und das Fehlen eines direkten Kontaktes zur Ware dereinst vielleicht nicht mehr als Manko erscheinen lassen.¹⁶⁴³ Medienkompetenz wird dann für Künstler wie für alle Arten von Kunstvermittlern eine Schlüsselqualifikation darstellen.¹⁶⁴⁴ Die Internationalität des Internet wird zu einer internationalen Verankerung nationaler Größen und damit einer Wertsteigerung von Werken dieser Künstler führen. Interessant ist die Überlegung, ob ein Erfolg von Kunstverkäufen über das Netz möglicherweise Einfluss auf das künstlerische Schaffen haben könnte. Vielleicht wird es eines Tages Künstler geben, deren Werke sich verkaufen lassen, weil sie sich gut auf einem Bildschirm zeigen lassen? Hinzu kommt, dass weniger bekannte Namen – seien es die der Anbieter oder die der Künstler – weniger häufig angeklickt werden. Das Internet wird die Konzentration auf große, renommierte Unternehmen und Künstler verstärken.¹⁶⁴⁵

¹⁶⁴⁰ SOMMER: 05/2000; STEWART: 22.02.2003.

¹⁶⁴¹ Vor allem die Website der CINO: www.cino.com (HERCHENRÖDER (2000): 34). Der Bundesverband Deutscher Galerien (BVDG) hat ebenfalls eine Website etabliert, auf welcher Händler Ihre Objekte Kollegen anbieten können oder auch Suchanfragen (auch anonym) aussenden können. Darüber hinaus ermöglicht www.artpilot.de das Herunterladen von Software, welche die Verwaltungsarbeit im Galeriebetrieb erleichtern soll (KEMPF: 03.11.2001).

¹⁶⁴² EHRET: 01/2003. "Die Einkäufer wollen doch nicht 50 Kataloge gegen 50 Internetplätze tauschen", so der Analyst Peter Jäkel von der BHF-Bank (KÖHLER: 31.03./01.04.2000).

¹⁶⁴³ WEIBEL: 3/1999. Diese Entwicklung brachte den Kunsthistoriker Andres Lepik auf die Idee, auch Kunstausstellungen nur noch virtuell stattfinden zu lassen (HOHMEYER: 12/1998).

¹⁶⁴⁴ BECKER (2000): 42

¹⁶⁴⁵ HEISE-SAPPER: 28.08.2000; THIBAUT: 02/2001.

Ende der 1990er Jahre gab es zudem Pläne, Produktangebote im Internet zu bündeln und als Online-Messe zu präsentieren. Die Animationstechnik sollte ein virtuelles Flanieren von Messestand zu Messestand ermöglichen. Dass sich diese Vision nicht hat realisieren lassen, hat viele Gründe. Einerseits war die Technik nicht in der Lage, die virtuelle Messe ansprechend darzustellen und zu übertragen; sowohl Animations- wie Übertragungstechnik haben sich deutlich langsamer weiterentwickelt als prognostiziert.¹⁶⁴⁶

Andererseits sehen Kunden wie Anbieter einen wichtigen Vorteil von Messen in der persönlichen Begegnung, auf die sie nicht verzichten möchten. Der unmittelbare Kontakt zwischen Kunden und Vermittlern wird so sehr geschätzt, dass er sich auch in Zukunft erhalten wird, so Samuel Keller, Chef der Kunstmesse Art Basel.¹⁶⁴⁷

Daher sehen die Prognosen ein stärkeres Wachstum im Business-to-Business-Bereich als im Handel mit dem Endkunden. Die Information im Netz über die Live-Messe, von der Darstellung von Terminen und Teilnehmerverzeichnissen bis hin zu digitalen Katalogen, ist nach wie vor der einzige Zusammenhang zwischen Kunstmessen und Internet.¹⁶⁴⁸ Da sich durch die stark gewachsene Zahl von Nutzern und Anbietern von Websites zunehmend eine gewisse Unübersichtlichkeit und Ineffizienz des Internet bemerkbar macht, ist denkbar, dass dieser Aspekt langfristig doch zur Gründung von „Messeplätzen“ im Sinne von reinen Kunstmarktfören führen wird.¹⁶⁴⁹

Schließlich bleibt festzuhalten, dass der Einsatz von digitaler Reproduktion von Kunstwerken, sei es im Rahmen eines Galerieauftritts, als Information einer Messe oder eines Museums dem Publikum keineswegs den Genuss an der Betrachtung von Originalen genommen hat, ganz im Gegenteil: Die digitale Wiedergabe bildet offensichtlich einen großen Anreiz, das Original aufzusuchen, zu betrachten, sich gefangen nehmen und überzeugen zu lassen.¹⁶⁵⁰

¹⁶⁴⁶ SCHÜRMANN: 09.01.2001.

¹⁶⁴⁷ KRÜGER: 2000-1. Viele Anbieter von Konsumgütern haben allerdings schon auf ihren Websites persönliche Berater integriert, welche dem Kunden helfen sollen, sich zu orientieren, und welche ihn auch über das Produkt beraten können (WESS: 13.06.2000).

¹⁶⁴⁸ RAHLENBECK: 4/1999; EHRET: 06/2000; SCHÜRMANN: 09.01.2001.

¹⁶⁴⁹ KOLLMANN (2002): 173f.

¹⁶⁵⁰ EHRET: 06/2000; SCHICK: 06/2000.

6.1.3.2 Sonstige Absatzalternativen

Auf der Suche nach Absatzalternativen ragen medienwirksame Sonderwege aus der Welt des Kunsthandels heraus. Als Beispiel sei der amerikanische Unternehmer Stephen A. Wynn genannt, der seinen Kasino-Hotel-Komplex in Las Vegas mit einem Privat-Museum ausstattete, welches jeder Tourist gegen Zahlung eines Eintrittsgeldes besuchen konnte und in dem Werke von Renoir, van Gogh, Cézanne, Degas, Picasso und Pollock gezeigt wurden.¹⁶⁵¹ Diese Aufwertung der Kasinolandschaft wurde mittels eines Sammlungskataloges dokumentiert und von der Presse als mäzenatische Großtat gefeiert. Um die Ankäufe zu finanzieren, übertrug Wynn die Hälfte der Sammlung auf das Unternehmen. Die Werke waren aber auch zu jedem Zeitpunkt käuflich, die Einrichtung eine neue Mischform von Museum und Galerie.¹⁶⁵² Die allgemeine Zugänglichkeit ersparte dem Eigentümer Steuern; als Privateigentümer konnte er gemäß der aktuellen Marktlage kaufen und verkaufen.¹⁶⁵³ Nach wenigen Jahren allerdings verkaufte Wynn sein Hotel; der neue Eigner hatte keinen Sinn für die „Museumsgalerie“ und brachte den dem Unternehmen gehörenden Teil der Sammlung auf den Markt.¹⁶⁵⁴ Wynn baute in kurzer Zeit eine neue Sammlung auf, welche nun das Casino „Le Reve“ schmückt.¹⁶⁵⁵ Man muss allerdings davon ausgehen, dass es sich bei derartigen Projekten von Händler-Sammlern um einen Einzelfälle handelt, die keine neue Form der Galerie darstellen.

Demgegenüber ist die Kunstvermietung, wie sie ihren Ursprung in den Niederlanden, ihre größte Verbreitung hingegen in London und New York gefunden hat, ein eigener Typus. Der Kunde kann sich Kunstwerke aus dem Fundus der Galerie für einen beliebigen Zeitraum mieten.¹⁶⁵⁶ Die Höhe der monatlichen Zahlung richtet sich nach dem Wert des Stückes und beinhaltet eine Versicherung, die auch „Haushaltsrisiken“ berücksichtigt. Ähnlich dem Leasing eines Fahrzeugs kann der Kunde beim Ablauf des Vertrages das Kunstwerk erwerben; die bereits geleisteten Zahlungen werden auf

¹⁶⁵¹ CAMPBELL: 21.07.2003.

¹⁶⁵² KOLDEHOFF: 3/1999.

¹⁶⁵³ HERCHENRÖDER (2000): 317.

¹⁶⁵⁴ GREENWALD/RESSNER: 03/2000; SCHAERNACK: 30.01.2001. Die Räumlichkeiten wurden einige Monate vom Guggenheim Museum New York bespielt. Hohe Unterhaltskosten und eine generelle Finanzkrise des Guggenheim Museums beendeten jedoch auch diese Tätigkeit (SCHACHTER: 01-02/2002).

¹⁶⁵⁵ ZEITZ: 10.5.2003; THOMAS: 12.07.2003.

den Kaufpreis angerechnet.¹⁶⁵⁷ Aber auch reines Kunstleasing wird angeboten: Dies ist besonders für Firmen interessant, welche ihre Büroräumlichkeiten mit Kunstwerken schmücken wollen, denn die Leasingrate kann steuerlich zur Gänze als Betriebsausgabe geltend gemacht werden.¹⁶⁵⁸

Letztlich kann man auch Kunst aus dem Versandkatalog ordern. Auf diesem Wege finden vor allem Serienwerke wie Graphiken oder Photos, aber auch bei Auktionen durchgefallene Objekte ihren Kunden. Konkurrierenden Händlern bietet dieser hoch diskrete Absatzweg die Möglichkeit, sein Angebot kostengünstiger als auf Messen zu präsentieren; dem Kunden erspart er etwaige Schwellenangst vor dem Galeriebesuch. Prominentes Beispiel ist die Versandkunsthandlung „Artax“ in Düsseldorf, welche sich auf Originale, d.h. vom Künstler signierte oder im Werkverzeichnis aufgeführte Originalgraphik spezialisiert hat.¹⁶⁵⁹

6.1.4 Kundenkontakte auf dem Absatzmarkt

In der „guten alten Zeit“ hat der Kunsthändler Kunstwerke eingekauft, seine Verkaufsräume und sein Lager damit ausgestattet und dann darauf gewartet, dass ein Interessent diese Verkaufsräume betritt und sich für ein Objekt begeistert.¹⁶⁶⁰ Sicherlich wurde dafür Sorge getragen, dass Bilder gut gehängt und Möbel harmonisch arrangiert waren, aber weitere Anstrengungen, Kunden zu finden und zu begeistern, wurden nicht unternommen.¹⁶⁶¹

Das klassische Beispiel war und ist die Ausstellung. Die Galerie zeigt die Werke wechselnder Künstler, welche man auf dem Markt etablieren möchte, die Altkunsthandlung Sonderausstellungen zu besonderen Themen oder Künstlern. Hierbei geht es nicht nur um die Zurschaustellung von Waren. Natürlich sollen die Ausstellungen beim Betrachter den Wunsch wecken, diese oder vergleichbare

¹⁶⁵⁶ www.rentart.net.

¹⁶⁵⁷ FLANAGAN: 23.02.2003. Der große Bestand an Kunstwerken in staatlichen Museen hat in den Niederlanden bereits in den 1990er Jahren zur Einführung einer Leihmöglichkeit ausgewählter Depotstücke geführt (SCHÜMER: 04.11.1996).

¹⁶⁵⁸ MOSTBACHER-DIX: 23.06.2001.

¹⁶⁵⁹ IMDAHL: 04.05.2003.

¹⁶⁶⁰ BENNETT: 31.03.2003.

Kostbarkeiten zu erwerben und zu besitzen.¹⁶⁶² Der Handel will sich vor allem auch als Heger und Pfleger der Kunst darstellen.¹⁶⁶³

Natürlich ist auch heute eine gute Präsentation der Werke wichtig; Galeristen beraten sich in diesen Fällen regelmäßig mit den Künstlern selbst, deren Werke gezeigt werden sollen.¹⁶⁶⁴ Auch sind Ausstellungen nach wie vor der beste Weg, sein Angebot zu präsentieren. Heute jedoch bedient sich der Handel darüber hinaus sehr engagiert einer großen Bandbreite von Instrumenten zur Herstellung von Kundenkontakten: Werbung in allen verfügbaren Medien sowie Kultur- und sogar Sportsponsoring. Zur Öffentlichkeitsarbeit gehört aber mehr als nur das Schalten von Anzeigen; der Kunsthändler muss mittels der Medien sein Anliegen darstellen, um mit der Öffentlichkeit ins Gespräch zu kommen. Hierzu gehört auf dem Absatzmarkt vor allem eine professionelle Pressearbeit.¹⁶⁶⁵

Ebenfalls ein Weg, einen Dialog mit Interessierten anzuregen, sind Sonderausstellungen mit Vernissagen, Sommer- und sonstige Feste. Besonders zielgerichtet sind Sonderveranstaltungen zu Sachthemen, die sich auf Objekte des aktuellen Angebots beziehen und den Gästen von Fachreferenten erläutert werden.¹⁶⁶⁶ Wie bei der Sonderausstellungen von Museumsstücken auf Messen werden auch die Sonder-(Verkaufs-)Ausstellungen in den Galerieräumen gern durch Museumsleihgaben aufgewertet.¹⁶⁶⁷ Letztlich widmet der Handel auch dem Nachwuchs eigene Veranstaltungen wie Sammlerparties oder Schätzungstage. Mit Maßnahmen wie der besonderen Herausstellung von Kunstwerken, deren Preis unter einer bestimmten Schwelle liegt, oder auch ganze Messen ausschließlich für erschwingliche Kunstwerke, versucht man, mögliche Schwellenängste abzubauen.¹⁶⁶⁸

¹⁶⁶¹ Seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts werden Bilder in horizontaler Einzelhängung statt übereinander im "Petersburger System" gehängt (THURN (1994): 118; BENNETT: 09.06.2003).

¹⁶⁶² STEPHAN: 03.03.2001.

¹⁶⁶³ EHRET: 7/2000.

¹⁶⁶⁴ THURN (2002): 78.

¹⁶⁶⁵ KORINTHENBERG (2002): 28.

¹⁶⁶⁶ EHRET: 01/2001.

¹⁶⁶⁷ NEUMEISTER: 06.10.2001 für das Beispiel der damaligen Galerie de Pury & Luxembourg in Zürich.

¹⁶⁶⁸ BAIRD: 10.11.1999.

Darüber hinaus gibt es firmenübergreifende Instrumente zur Herstellung von Kundenkontakten. Hier sind in erster Linie Aktivitäten der Verbände zu nennen, z. B. gemeinsame Werbeaktionen, aber auch Gemeinschaftsausstellungen einiger Händler. Das zur Messe anreisende Publikum können Händler erreichen, die selbst nicht an der Messe teilnehmend in ihren Geschäftsräumen mit Sonderausstellungen zusätzliche Attraktionen schaffen.¹⁶⁶⁹ Die Messegesellschaften bieten ihrerseits kunstmarktfremden Unternehmen den attraktiven Hintergrund der Messe als Ort für Empfänge oder Dinner an.¹⁶⁷⁰

Abgesehen von optischen und inhaltlichen Kaufanreizen ist es Tradition im Handel, mit finanziellen Anreizen den Interessenten zum Erwerb zu bewegen. Bereits Joseph Duveen gab in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts seinen Kunden Bilder zur unentgeltlichen Leihe oder stundete den Kaufpreis, auch langfristig und zinslos.¹⁶⁷¹ Die Ratenzahlung ist heute eine normale Zahlungsweise und ein Vorteil gegenüber Auktionshäusern, wo der Käufer in aller Regel unmittelbar nach der Versteigerung die Rechnung zahlen muss.¹⁶⁷² „Der Kunde kauft das Bild immer zweimal: Wenn er sich dafür entscheidet und wenn er die Rechnung bezahlt,“ so der Sammler Heinrich Hunstein.¹⁶⁷³

Wichtiges Instrument zur Herstellung von Kundenkontakten im Kunsthandel wie generell auf Märkten für Luxusartikel ist darüber hinaus die Mundpropaganda. Ein Netzwerk von interessierten Sammlern, welche sich in Kreisen potentieller Kunden bewegen, kann erfolgreicher sein als eine große Werbekampagne: Die Meinungsbildung wird nicht durch eine möglichst hohe Kontaktzahl erreicht, sondern durch eine ausreichend hohe Zahl von Kontakten zu potentiellen Kunden. Kostenrelevante Streuverluste gibt es hier nicht.¹⁶⁷⁴

¹⁶⁶⁹ GRIMM-WEISSERT: 22./23.09.2000.

¹⁶⁷⁰ WEINRAUTNER: 14./15.04.2000.

¹⁶⁷¹ THURN (1994): 112.

¹⁶⁷² Eine eher seltene Ausnahme bildet eine Stundung mit Raten nach 30, 60 und 90 Tagen für langjährige Kunden sowie ein Kontokorrentkredit, den Auktionshäuser zuweilen Händlern einräumen, welche regelmäßige und langjährige Kunden des Hauses sind, vgl. 5.3.2.3 – Sonstige Finanzdienstleistungen.

¹⁶⁷³ HUNSTEIN: 05.06.2002.

¹⁶⁷⁴ REITZLE (2001): 112.

Ein wichtiger Unterschied zu den Instrumenten zur Herstellung von Kundenkontakten der Auktionshäuser bleibt festzuhalten: Während das Auktionshaus durch den Versteigerungsauftrag verpflichtet ist, jede zumutbare Gelegenheit zu nutzen, um auf das Versteigerungsgut aufmerksam zu machen, bleibt es dem Händler selbst überlassen, ob und auf welche Weise er Werbung für seine Handelsware betreibt.¹⁶⁷⁵

6.1.4.1 Kataloge

Wie jedes Handelsgewerbe arbeitet auch der Kunsthandel mit Katalogen, die an Stammkunden versendet werden und im Laden, in der Galerie erhältlich sind.¹⁶⁷⁶ Zu unterscheiden sind hierbei die Kataloge der Altkunsthändler und die Kataloge von Galerieausstellungen. Altkunsthändler können bei der Bearbeitung ihrer Objekte in aller Regel auf einem breiten Fundament wissenschaftlicher Literatur zu Künstler und Epoche aufbauen. Hingegen verstehen sich Kataloge zu Galerieausstellungen in erster Linie nicht als Verkaufswerkzeug, sondern als die erste wissenschaftliche Publikation zum Werk des gezeigten Künstlers – ein mobiles Kommunikationsmittel, die Kunst „zu erklären“.¹⁶⁷⁷

Schon immer waren die von Fachleuten abgefassten, regelmäßig illustrierten Kataloge wertvolles und unersetzliches Studienmaterial - nicht nur für Sammler, sondern auch für die kunst- und kulturhistorische Forschung.¹⁶⁷⁸ Der Vorteil gegenüber Museumspublikationen liegt in der deutlich größeren Bandbreite der bearbeiteten Gegenstände. Der Katalog ist für den Handel das beste Kommunikationsmittel, seine kunsthistorisch untermauerte Kompetenz zu zeigen.¹⁶⁷⁹

Erhebliche Bedeutung im Handel mit Kunst haben Ektachrome, d.h. große Diapositive. Sie werden häufig zusammen mit Katalogen versendet, um eine noch bessere Abbildungsqualität von Spitzenstücken und das abbildungsunterstützte Angebot eines Kunstwerkes in mehreren Galerien gleichzeitig zu ermöglichen, ohne

¹⁶⁷⁵ FABER-CASTELL: 23.04.1997.

¹⁶⁷⁶ Der Verband Deutscher Antiquare gibt sogar einen jährlichen Gesamtkatalog heraus, der alle Mitglieder erfasst (ERCHE: 26.06.1999).

¹⁶⁷⁷ THURN (2002): 145.

¹⁶⁷⁸ KOCH (1915): 499f.

¹⁶⁷⁹ HERCHENRÖDER: 12/1999.

das Werk dem Risiko und den Kosten eines Transportes auszusetzen.¹⁶⁸⁰ Speziell in den Boomzeiten Ende der 1980er Jahre waren Ektachrome beliebtes Mittel, Kunst zu handeln – Christian Herchenröder spricht diesbezüglich von der Ausprägung einer Schattenwirtschaft.¹⁶⁸¹ Vergleichsweise neu sind die Werbung mit einem Videoband oder einer CD-ROM, welche das aktuelle Warenangebot mit Abbildung und Beschreibung zeigen und die langfristig die Ektachrome ablösen werden.¹⁶⁸²

6.1.4.2 Vorträge und Vernissagen

Eine besonders große Rolle in der Kunstvermittlung spielen Vorträge und Diskussionsforen. Denn bei junger Kunst und unbekannten Künstlern kann diese Art der Vermittlung die Brücke schlagen zwischen dem Kanon der etablierten und den Formen der zeitgenössischen Kunst. Dies versichert nicht nur dem Rezipienten die Kunsteigenschaften der Objekte, sondern rechtfertigt auch die Preisvorstellungen des Galeristen für neue und schon allein deswegen unvergleichliche Kunstwerke.¹⁶⁸³

Ein wichtiger Aspekt bei der Herstellung von Kundenkontakten ist, den Kunden zum Besuch in der Galerie zu bewegen. Dies geschieht neben den sonstigen Maßnahmen zur Gewinnung von Kundenkontakten vor allem durch zeitlich befristete Sonderaktionen wie Galerie- und sonstigen Ausstellungen. Dem Kunden wird suggeriert, dass der Besuch gerade in dieser Zeitspanne besonders lohnend ist. Der Mehrwert kann einerseits in der Ausstellung besonderer Ware, im Event oder aber in einer Kombination aus beidem liegen.

Die Eröffnung einer Galerie- oder Kunsthandelsausstellung wird in aller Regel feierlich als Vernissage begangen. Dies gibt dem Galeristen die Gelegenheit, seine Kunden zu kontaktieren und auf die neue Ware hinzuweisen.

Die Tradition der Vernissage stammt aus der Zeit der Pariser Salons der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Ursprünglich brachten die ausstellenden Künstler ihre Werke in die Räume der Ausstellungen und überzogen sie erst dort mit der

¹⁶⁸⁰ THURN (2002): 56; BONUS/RONTE (1987): 147.

¹⁶⁸¹ HERCHENRÖDER (2000): 37.

¹⁶⁸² Vgl. DRINKUTH (2003): 110.

schützenden Firnissschicht – aus dem Verb „vernisser“ wurde später „la vernissage“.¹⁶⁸⁴ Der Tag bot den Künstlern Gelegenheit, die Werke der konkurrierenden Maler zu begutachten. Dies begehrten auch Freunde und Bekannte der Künstler, Sammler und Kritiker – spätestens seit 1900 ist die Vernissage in Europa als gesellschaftlicher Treffpunkt vor der eigentlichen Publikumseröffnung einer Ausstellung etabliert. Hierbei spielte es bald keine Rolle mehr, ob sich die Ausstellung in einem öffentlichen Museum, Salon, Auktionshaus oder in einer Kunsthandlung befand.¹⁶⁸⁵

War die Einladung zu einer Vernissage zunächst Zeichen gesellschaftlicher Exklusivität, so büßte sie aufgrund ihrer zunehmenden Zahl und Besucherkreise rasch ihren Privilegiencharakter ein.¹⁶⁸⁶ So schreibt John Herzog von Bedford in seinem „Traktat über die feine englische Art“: „Der Besuch einer Vernissage in der Royal Academy ist nichts besonders Feines. Für ein gesellschaftliches Ereignis ist sie nicht exklusiv genug: Zu viele Leute kommen hinein. Es ist jedoch ratsam, da gewesen zu sein.“¹⁶⁸⁷ Die örtlichen Zeitungen und das Lokalradio sorgen dafür, dass auch Nicht-Eingeladenen von der Veranstaltung Kenntnis erlangen können.¹⁶⁸⁸

Galt früher die Einladung als Berechtigung zum Eintritt, hat sie heute eher den Charakter einer Benachrichtigung über das Stattfinden der Veranstaltung. Und die größere Zahl von Gästen bedeutet höhere Kosten – nicht nur für die zu druckenden und zu versendenden Einladungen, sondern auch für Speisen und Getränke. Hinzu kommen die Maßnahmen, mit denen man die Menge steuern möchte: Ansprachen, die Publikation der Vita des Künstlers, Preislisten zu den ausgestellten Objekten oder auch das Gästebuch.¹⁶⁸⁹

Die verbreiteten Massenvernissagen haben zur Folge, dass besonders wichtige Kunden anders betreut werden müssen, und sei es dadurch, dass man eine weitere, exklusivere Vernissage vor der eigentlichen Eröffnung durchführt. Schließlich bietet

¹⁶⁸³ THURN (2002): 55.

¹⁶⁸⁴ THURN (2002): 22.

¹⁶⁸⁵ THURN (2002): 29, 31, 33.

¹⁶⁸⁶ THURN (2002): 62.

¹⁶⁸⁷ BEDFORD (1970): 78.

¹⁶⁸⁸ THURN (2002): 138.

¹⁶⁸⁹ THURN (2002): 65, 71, 150f.

eine Vernissage schon eine Gelegenheit, auf das nächste Event vorzubereiten: Für den letzten Tag der Ausstellung lädt man zum gemeinsamen Ausklang, zur Finissage ein.¹⁶⁹⁰

In den 1990er Jahren wurde von Museumspädagogischen Diensten mehrerer Großstädte (München, Berlin) eine „Lange Nacht der Museen“ ins Leben gerufen. Alle staatlichen Museen sind hierbei an einem Wochenende über Nacht geöffnet.¹⁶⁹¹ Der große Erfolg in München und Berlin verlockte nicht nur Nachahmer unter den Gemeinden – inzwischen gibt es die „Lange Nacht der Museen“ in 15 deutschen Städten -, sondern auch im Kunsthandel. Die Folge war die Einführung von „Galerierundgängen“ bzw. „Die lange Nacht der Galerien“, zuweilen auch in Form eines gemeinsamen „Saisonstarts“.¹⁶⁹² Hierbei handelt es sich um Gemeinschaftsprojekte mehrerer Galerien eines Standorts.¹⁶⁹³

Die Räumlichkeiten sind an diesen Tagen länger als normal geöffnet und werden oft durch einen Shuttle-Dienst miteinander verbunden. Inhaltlich werden die Ausstellungen allerdings nur in den seltensten Fällen aufeinander abgestimmt. Die Organisation liegt nicht bei den Verbänden, sondern wird von den beteiligten Galerien (wenn nicht sogar vom Kulturstadtamt) erledigt.¹⁶⁹⁴

Ähnlich erfolgt die Veranstaltung von Galerietagen: Hier erhalten einige Galerien die Gelegenheit, die von ihnen vertretenen Künstler in einem Museum zu präsentieren. Die Organisation und inhaltliche Abstimmung liegt allerdings ebenfalls nicht beim Museum, sondern bei den Teilnehmern.¹⁶⁹⁵

¹⁶⁹⁰ THURN (2002): 176.

¹⁶⁹¹ ots/dpa Berlin: 26./27.01.2001.

¹⁶⁹² WEINRAUTNER: 19.09.2000; CRÜWELL: 08.09.2001; in München „Open Art“ genannt (SACHS: 22.09.2001), in Stuttgart „Art Alarm“ (CHRISTOFORI: 29.09.2001).

¹⁶⁹³ ALIHODZIC/REHM: 19.07.2003.

¹⁶⁹⁴ In einigen Großstädten wie z. B. New York oder auch Berlin werden diese Rundgänge auch in einzelnen Stadtvierteln organisiert („Downtown“ und „Uptown“ oder „Charlottenburger Rundgang“ und „Rundgang Berlin-Mitte“ (BERG: 19.06.1999)).

¹⁶⁹⁵ Beispielsweise die Galerientage im Mannheimer Kunstverein (www.mannheim.de/kunstverein: 30.06.2000)

6.1.4.3 Sonderaktionen und Galerie-Festspiele

Sonderaktionen mehrerer Kunsthandelsunternehmen haben häufig einen externen Anlass, der entweder im örtlichen oder regionalen Kunstmarkt oder dem entsprechenden Kulturleben liegt. Hierbei geht man davon aus, dass das Kunstmarktereignis (z. B. Auktion von Ware eines bedeutenden Sammelgebietes) oder das Kulturereignis (Konzert, Festspiele, Festival etc.) ein für den Handel interessantes Publikum anzieht, welches man auf sich aufmerksam machen will.¹⁶⁹⁶

Als weiterer Aspekt kommt hinzu, dass potentielle Kunden aufgrund beispielsweise einer Auktion ohnehin schon in „Konsumlaune“ sind und einen möglichen Misserfolg auf der Auktion im Handel kompensieren können. Im Vormarsch ist daher eine über An- und Verkauf hinausgehende Zusammenarbeit des Handels mit den Auktionshäusern vor Ort. Dies zeigen einerseits die Ausstellungen, mit denen der Handel die großen Auktionen einrahmt. Zuweilen können derartige Händler-Ausstellungen auch das Fehlen einer Messe zum Thema ausgleichen, wie im Bereich der Altmeisterzeichnungen: Die großen Messen finden in New York oder Paris statt („Works on Paper“ bzw. „Salon du Dessin“).¹⁶⁹⁷ Parallel zu den Zeichnungsauktionen der großen Auktionshäuser gibt es traditionell in London seit 2001 eine Gemeinschaftsausstellung von 18 Händlern in den jeweiligen Verkaufsräumen, welche durch einen Gemeinschaftskatalog dokumentiert wird („Master Drawings London“).¹⁶⁹⁸

Andererseits entwickeln Handel und Auktionshäuser gemeinsame Projekte zur Schaffung eines neuen oder Stärkung eines bestehenden Marktsegments wie Themenverkäufe und -ausstellungen, die von beiden Parteien gemeinsam organisiert und durchgeführt werden.¹⁶⁹⁹ Bestes Beispiel hierfür ist sicherlich die „Asia Week“, in welcher der New Yorker Handel, die dortigen Museen und die Auktionen der

¹⁶⁹⁶ HERSTATT: 01.08.2002; GREGORY: 12.04.2003.

¹⁶⁹⁷ GRIMM-WEISSERT: 19./20./21.03.2004; HEINICK: 20.03.2004; GLEADELL: 22.03.2004.

¹⁶⁹⁸ THIBAUT: 09./10.03.2001; THIBAUT: 09.07.2001. Seit 2002 wählt jeder der teilnehmenden Händler ein Blatt aus, welches er herausgestellt präsentiert und von dessen Verkaufserlös 10% dem British Museum gestiftet werden (THOMAS: 06.07.2002).

¹⁶⁹⁹ MELIKIAN: 14./15.11.1998; HASSELL: 13/1998. Ein weiteres Beispiel war die Ausstellung „Sacred Symbols: The Ritual Art of Tibet“, welche Sotheby's und die Kunsthandlung Rossi&Rossi vom 24.03.1999 bis 03.04.1999 in New York veranstalteten (BENNETT: 18.01.1999).

großen Häuser seit 1996 ausschließlich die asiatische Kunst in den Mittelpunkt ihrer Aktivitäten stellen, und die vermehrt Sammler dieser Gebiete anzulocken vermag.¹⁷⁰⁰ Der große Erfolg zog seit 1999 eine entsprechende Veranstaltung in London nach sich,¹⁷⁰¹ 2001 folgte Paris mit dem “Salon Internationale d’Art Asiatique”.¹⁷⁰² Nach diesem Vorbild wurde 2004 eine „Art Fortnight“ in London ins Leben gerufen; die Zusammenarbeit von Museen, Galerien und Auktionshäusern soll allerdings nicht ein spezielles Sammelgebiet bewerben, sondern die Bandbreite und Qualität der Expertise, die in dieser Stadt versammelt ist.¹⁷⁰³

Das für eine Kulturveranstaltung angereiste Publikum hat mehr Zeit als im Alltag, sich Kunsthandelsangeboten zu widmen und ist in aller Regel in Ferienstimmung, welche häufig die Konsumbereitschaft erheblich vergrößert. In Deutschland und Österreich sind die wichtigsten Sonderaktionen neben den Galerierundgängen sicherlich die Veranstaltungen, mit denen der Kunsthandel die Festspiele in Bayreuth und Salzburg begleitet.

Salzburger Galerien erwirtschaften traditionsgemäß einen Großteil ihres Jahresumsatzes in der Festspielzeit.¹⁷⁰⁴ Es liegt für die Galeristen daher nahe, Sonderausstellungen in diese Zeit zu legen und bei der Terminierung der Vernissage den Festspielkalender zu berücksichtigen.¹⁷⁰⁵ Diese erfolgreiche Entwicklung hatte zur Folge, dass seit den frühen 1990er Jahren auch Wiener Galerien, die im Sommer unter der Stadtflucht der Wiener leiden, ihre Ware in angemieteten Örtlichkeiten dem Salzburger Festspielpublikum präsentieren.¹⁷⁰⁶

Ebenfalls an ein Festspielpublikum richten sich die Bamberger Antiquitätentage. Diese finden zeitgleich mit den benachbarten Bayreuther Richard-Wagner-Festspielen statt.¹⁷⁰⁷ In diesen vier Wochen im Hochsommer (Ende Juli bis Ende

¹⁷⁰⁰ HASSELL: 13/1998; BENNETT: 18.01.1999; PLANTA: 04.11.2000; KLETKE: 22.03.2003; SCHAERNACK: 26./27.03.2004.

¹⁷⁰¹ MELIKIAN: 14./15.11.1998; HASSELL: 03.04.1999; WASER: 20.11.1999; THIBAUT: 13/1999-1; SCHAERNACK: 02./03./04.04.2004.

¹⁷⁰² HASSELL: 03.04.1999; Pastré: 10/2001; GRIMM-WEISSERT: 12./13.10.2001.

¹⁷⁰³ BENNETT: 15.03.2004.

¹⁷⁰⁴ GUGG: 07/2002.

¹⁷⁰⁵ EHRET: 07/2002; SACHS: 10.08.2002; SACHS: 16.08.2003.

¹⁷⁰⁶ SACHS: 11.08.2001; KRIECHBAUM: 17./18.08.2001; GREGORY: 26.07.2003.

¹⁷⁰⁷ HERSTATT: 02.08.2001; MÜLLER-MEHLIS: 25./26.07.2003.

August) veranstalten die Bamberger Kunsthändler nicht nur Sonderausstellungen in ihren Räumlichkeiten und verlängern ihre Öffnungszeiten.¹⁷⁰⁸ Darüber hinaus veranstaltet die Stadt Bayreuth einen Festakt im Rokokosaal des Brückenrathauses zur Eröffnung der Antiquitätenwochen, eine lange Nacht der Museen und auch ein begleitendes Konzertprogramm.¹⁷⁰⁹ Zudem wird aber auch das eigentliche Kundendienstangebot ausgebaut: Jeder Besucher kann seine mitgebrachten Stücke kostenlos schätzen lassen.

Ein Bamberger Unikum ist das „Antiquitäten-Quiz“: Neun der Teilnehmer stellen ein Kunstobjekt aus, zu dem sie je drei verschiedene Beschreibungen anbieten. Unter den Einsendern, die bei allen Stücken die richtige Lösung gefunden haben, werden sieben Einkaufsgutscheine der teilnehmenden Kunsthandlungen im Gesamtwert von Euro 5.000,-- verlost. Hiermit werden nicht nur Kunden in die Verkaufsräume geholt, man verbindet damit beiläufig eine kleine Erhebung über die Kundenstruktur.¹⁷¹⁰

6.1.5 Kundendienst

Im Bereich des Kundendienstes liegt ein weiterer großer Vorteil des Handels. Der wichtigste Faktor ist hier die Zeit. Der Kunde kann sich mit der Entscheidung zum Kauf Zeit lassen, der Händler reserviert für lange Zeit, der Kunde zahlt insgesamt später oder in Raten.

Im Vorfeld des Kaufs steht die Beratung durch den Händler. Im Idealfall kennt er Interessen und Sammlung des Kunden und kann über das reine Werk hinaus Ratschläge geben. Bei Unsicherheit des Kunden kann der Händler das Stück ausleihen oder zur Probe aufstellen bzw. -hängen, um die Wirkung in der Umgebung des Sammlers zu testen.

Eine solche enge Beziehung zwischen Sammler und Händler kann auch dazu führen, dass der Händler auf Anweisung für den Sammler auf dem Markt nach bestimmten Stücken sucht. Das kann das fehlende achte Biedermeierglas, aber auch das die Sammlung vervollständigende expressionistische Gemälde sein. Für den

¹⁷⁰⁸ EHRET: 7/2000.

¹⁷⁰⁹ EHRET: 7/2000; MÜLLER-MEHLIS: 27./28.07.2001.

spezialisierten Händler hat sich vor allem in diesem Bereich der Aufwand in den letzten Jahren beträchtlich erhöht: Haben in den einzelnen Gebieten früher vor allem Sammler gekauft, welche eine Sammlung dieses Gebiets anlegen wollten (und daher im Laufe der Zeit viele Objekte abgenommen haben), hat die Entwicklung zu einem gewissen Eklektizismus in Einrichtungs- wie Sammelverhalten dazu geführt, dass viele Kunden nur ein herausragendes Stück des Bereiches, in dem der Händler tätig ist, erwerben wollen. Der Beratungsaufwand pro verkauftes Objekt hat sich dadurch deutlich erhöht.¹⁷¹¹

Auch im Bereich der Auktionen bieten Händler ihren Kunden eine Dienstleistung an: Schon immer bedienten sich die großen Museen und Sammler der Händler als Vertreter, wenn sie auf Auktionen einkaufen wollten und fürchteten, durch eine offenere Präsenz den Preis in die Höhe zu treiben.¹⁷¹²

Nach dem Kauf ist das Dienstleistungsangebot des Händlers ebenfalls umfangreicher. In aller Regel bringt er den gekauften Gegenstand kostenlos ins Haus und stellt oder hängt ihn auf. Kleinere Reparaturen kann er oftmals selbst ausführen - die Kapazität einer Händlerwerkstatt reicht häufig bis zur Neurahmung oder fachgerechten Restaurierung.

Und auch wenn der Kunde mit dem Kauf unzufrieden ist, ist der Händler in aller Regel deutlich kulanter als ein Auktionshaus. Nicht nur, dass er für die auf der Rechnung vermerkten (und in Deutschland damit im Sinne von §§459ff. BGB zugesicherten) Eigenschaften mit seinem vollen Vermögen bis zu 2 Jahre lang haftet.¹⁷¹³ Meist ist er zu einer Rücknahme des Fehlkaufs, zumindest aber immer zu einer Inzahlungnahme beim Neukauf bereit.

Ogleich es eine Ausnahme darstellt, sei auch auf wohltätige Dienstleistungen des Handels hingewiesen. Sicherlich findet eine Wohltätigkeitsveranstaltung eher in

¹⁷¹⁰ Im Jahre 2000 kamen die Teilnehmer aus 86 deutschen Städten und insgesamt sieben Staaten (EHRET: 7/2001).

¹⁷¹¹ RUMP: 03.05.2003.

¹⁷¹² TOMKINS (1989): 338 ff.

¹⁷¹³ MÜLLER-KATZENBURG (2002): 4; MERKER/MUES: 23.03.2002; MÜLLER-KATZENBURG: 01/02/2004.

Form einer Auktion statt.¹⁷¹⁴ Aber auch der Handel entdeckt zunehmend den Reiz, welcher für viele Kunden in der Kombination von eigenem Amüsement und karitativen Folgen liegt; Wohltätigkeitskalas sind daher ein probates Mittel, die Zahl der Besucher einer Vernissage, Finissage oder auch Messeeröffnung zu steigern.¹⁷¹⁵

Fazit zu **6.1 Der Absatzmarkt des Handels:** *Der Auswahlmechanismus des Handels hat beständig steigende Kosten zur Folge. In vielen Bereichen des Handels entsteht Kostendruck, der nicht nur zur Reduzierung von Maßnahmen zur Gewinnung von Kundenkontakten, sondern sogar zur Aufgabe der Galerie- oder Kunsthandelsräumlichkeiten führen kann. In der Folge entstehen Kunsthandlungen als reine Büros ohne eigenes Lager oder eigenen Ausstellungsraum.*

Die erhöhte Zahl der Messen hat die Konkurrenz untereinander erhöht; wichtige Teilnehmer werden verstärkt umworben. Erfolgreich sind diejenigen Messen, die sich rechtzeitig ein Profil geschaffen haben, strenge Qualitätskontrolle durchführen und ein breites Sortiment abdecken. Hinzu kommt zwingend, dass der Veranstalter professionelles Marketing betreibt und auch die Anziehungskraft von Glamour und Parties nicht unterschätzt. In Zeiten, in denen moderne und zeitgenössische Kunst besonders geschätzt ist, muss diese Epoche im Angebot sein. Die große Auswahl darf aber nicht durch eine hohe Zahl von Ausstellern erkaufte sein. Die Messe bietet dem Handel eine gute Möglichkeit, nicht nur seine Ware, sondern vor allem auch seine Kenntnisse zu zeigen. Gibt es Nachschubmangel an Ware, wird dieser auf den Messen besonders deutlich. Das ist die größte Gefahr der „High-End-Messen“.

Verkäufe ausschließlich über Website-Angebote sind bei Galerien und Kunsthandlungen die Ausnahme und finden wenn, dann in niedrigen Preissegmenten statt. Dies gilt auch für Absatzalternativen wie Kunstmiete oder –leasing. Für eine Internet-Kunstmesse fehlt bislang die Nachfrage. Das Internet ist ein ideales Informationsmedium und kann so zwei Nachteile des Handels ausgleichen: Die Standortgebundenheit und die starke Fragmentierung des Angebots. Dadurch ist das Internet ein Instrument, Endkunden von Auktionshäusern zurückzuerobern. Allerdings verstärkt das Internet auch die Konkurrenzsituation.

¹⁷¹⁴ HERSTAT: 28.05.2003; vgl. 6.2.6.3 – Sonstige Dienstleistungen.

Die Instrumente des Kunsthandels zur Herstellung von Kundenkontakten verlagern sich zunehmend in den Event-Bereich; die Inszenierung von Messen, Ausstellungen oder Vorträgen nimmt immer größeren Raum ein. Bevorzugt nutzt man Anbindungsmöglichkeiten an Kulturveranstaltungen oder aber Orte des Vertriebs industriell gefertigter Luxusgüter. Wissenschaftliche Publikationen hingegen sind nach wie vor das geeignetste Mittel, fundierte Sachkunde nachzuweisen und zu transportieren. Herausragend sind darüber hinaus die Möglichkeiten des Handels, seinen Kunden weiterführende Dienstleistungen anzubieten.

6.2 Der Absatzmarkt der Auktionen

6.2.1 Die Saalauktion

Die Saalauktion ist die wichtigste Form des Absatzes über eine Versteigerung. Sie wird vorbereitet durch den Katalog, der die zu versteigernde Ware vorstellt und beschreibt, sowie die öffentliche Besichtigung, während derer Interessenten und Schaulustige die Stücke begutachten können.

6.2.1.1 Die Kataloge zur Saalauktion

Der Katalog ist eines der wichtigsten Instrumente für den Absatz und – im Sinne der Referenzpolitik – auch die Beschaffung. Er ermöglicht es dem Kunden, an der Auktion teilzunehmen, ohne das Auktionshaus vorher aufgesucht zu haben; vor allem in der Zeit nach dem 11. September 2001, in der aufgrund der Weltlage zahlreiche Sammler auf Flugreisen verzichten, war dies ein herausragender Vorteil gegenüber einer Galerie oder Messe, welche in aller Regel nur einen Bruchteil ihres Angebots in Katalogen publizieren.

Im Katalog wird die Auktionsware beschrieben. Diese Beschreibung umfasst alle Äußerlichkeiten wie Form, Darstellung, Rahmung, Signaturen und Zustand, aber

auch nicht vom Stück verkörperte Aussagen wie Wertungen und Zuschreibungen oder Provenienzen.

Die Katalogbeschreibungen sind nur Unterstützung zum Kauf, keine zugesicherten Eigenschaften der Ware gem. §§459ff. BGB. Dies ist den allgemeinen Geschäftsbedingungen aller Auktionshäuser zu entnehmen. Derartige Freizeichnungsklauseln hat schon das Reichsgericht,¹⁷¹⁶ in der Folge auch der BGH¹⁷¹⁷ für rechtskräftig befunden, da einerseits der Auktionator nur Kommissionsware anbietet und daher auf die Informationen Dritter (z. B. Fremdgutachten) angewiesen ist.¹⁷¹⁸ Andererseits müsse das Publikum derartiger Auktionen üblicherweise mit einem solchen im Katalog an deutlich sichtbarer Stelle herausgestellten Ausschluss der Eigenschaftszusicherung rechnen.¹⁷¹⁹ Hinzu kommt, dass in einer Auktion gebrauchte Waren angeboten werden, für deren Absatz der Gesetzgeber ohnehin erleichterte Bedingungen vorsieht.¹⁷²⁰

Der Haftungsausschluss findet noch nicht einmal in der Sorgfaltspflicht des Auktionators gegenüber dem Kunden seine Grenzen, sofern er nur nachweisen kann, dass die Katalogbeschreibungen nach bestem Wissen und Gewissen verfasst wurden.¹⁷²¹ Mit einem entsprechenden Urteil hat der Bundesgerichtshof den Gewährleistungsausschluss sogar auch auf die Fälschung ausgedehnt.¹⁷²² In einigen wenigen internationalen Häusern ist es allerdings üblich, auch noch nach Jahren ein Stück zurückzunehmen, wenn es sich in der Zwischenzeit als Fälschung oder sich die

¹⁷¹⁶ Vgl. RGZ 114, 239, 241; RGZ 115, 286, 293; RGZ 135, 339, 339.

¹⁷¹⁷ Vgl. BGHZ 63, 369, 370 als grundlegende Entscheidung: Das Kölner Auktionshaus Lempertz klagte gegen zwei Galeristen, welche ein Gemälde von Jawlensky ersteigert hatten und dieses nicht bezahlen wollten, nachdem Jawlenskys Sohn Andreas behauptet hatte, das Bild sei nicht von seinem Vater, sondern von ihm gemalt worden. Das Gericht erkannte darauf, dass die Katalogbeschreibung nicht die Echtheit des Bildes garantierte; über die Frage der Authentizität wurde kein Beweis erhoben (SCHÜTTE: 15/2000). Nachfolgend wurde dieses Urteil bestätigt durch die Entscheidungen BGH NJW 1966, 1970, 1970; BGH WM 80, 259, 263.

¹⁷¹⁸ International steht eine höchstrichterliche Prüfung noch aus (THIBAUT: 12./13.03.2004).

¹⁷¹⁹ MARX/ARENS (1992): 334.

¹⁷²⁰ HUFF: 25.02.1995.

¹⁷²¹ Vgl. BGH DB 80, 1337, 1340. Der Haftungsausschluss wurde sogar für den Fall als rechtmäßig angesehen, in dem der Auktionator grob fahrlässig die Ware nicht sorgfältig genug geprüft hatte, vgl. BGH WM 80, 259, 260.

¹⁷²² VORMBROCK (2002): 15f; HUFF: 25.02.1995.

Katalogbeschreibung anderweitig als falsch erwiesen hat.¹⁷²³ Seit 1974 wird diese Zusicherung auch im Katalog abgedruckt, was das Vertrauen der Käufer, vor allem der Privatkunden, in diese Art der Garantieleistung erhöht hat.¹⁷²⁴

Ansonsten ist die Qualität der Katalogbeschreibungen selbstredend sehr unterschiedlich. Einige Bearbeiter berichten nur von unwiderlegbarer Beschaffenheit und legen sich nur dort fest, wo sie sich selbst absolut sicher sind. Speziell im Antiquitätenbereich ist die Katalogisierung leicht: Porzellan ist zumeist markiert, Uhren sind signiert, Möbel gehorchen einigen wenigen, nationalen oder regionalen Formgesetzen.¹⁷²⁵ Schwierige Zuschreibungsfragen sind – den Gesamtmarkt betrachtend – nur selten detailliert beantwortet. Speziell bei kleineren Häusern wird die Attribution gern „forsch“ betrieben.¹⁷²⁶

Im Bereich der Zuschreibungen haben die Katalogbeschreibungen ihre eigene Sprache. Bei einer Gemäldebeschreibung ist das Werk nur dann (nach der Meinung des zuständigen Spezialisten) tatsächlich von der Hand des Meisters, wenn sein voller Name vermerkt ist. Ist der Spezialist unsicher, schreibt er das Werk zu, d.h. er vermittelt, dass das Werk im Ganzen oder teilweise von der Hand des Künstlers stammt. „Werkstatt von ...“ deutet an, dass das Gemälde in der Werkstatt des Künstlers zu seinen Lebzeiten, aber nicht unbedingt unter seiner Aufsicht entstanden ist. „Umkreis von...“ bezeichnet ein Werk, dass ebenfalls zu Lebzeiten des Künstlers oder zumindest in seiner Epoche entstanden ist und seinen Einfluss ausdrückt. „Nachfolger von...“ ist dann nicht der Schüler des Künstlers, sondern irgendein Maler, der nur im Stil des bezeichneten Künstlers arbeitet. Wurde das Werk nur „in der Art von...“ gefertigt, liegt zudem noch eine große zeitliche Differenz zwischen dem Künstler, dessen Namen bemüht wird, und demjenigen, der das Bild tatsächlich gemalt hat.¹⁷²⁷

¹⁷²³ GONZALEZ (2002): 22; MARX/ARENS (1992): 336. Bei Christie's und Sotheby's gilt diese Kulanzregelung 5 Jahre ab Auktionsdatum, bei kleineren Häusern ist die Entscheidung über eine Annullierung des Verkaufs eher Ermessenssache (HUFF: 25.02.1995; GERST: 10.06.2000).

¹⁷²⁴ DRINKUTH (2003): 22.

¹⁷²⁵ FRANKS: 20.04.2001.

¹⁷²⁶ HERSTATT: 19.04.2001.

¹⁷²⁷ Quelle: Erläuterung zur Katalogpraxis in Christie's-Katalogen, hier: Auktion auf Schloss Herblingen vom 14. bis 18. 09.1998.

Gerüchteweise soll ein weiterer Geheimcode die Stärke der Überzeugung des Spezialisten ausdrücken, wenn dieser das Werk tatsächlich für eine authentische Arbeit eines bestimmten Künstlers hält. Je ausführlicher der Name ausgeschrieben ist, desto sicherer soll der Spezialist von dessen Autorenschaft sein.¹⁷²⁸

Je nach Sparte kann die Gestaltung eines Kataloges variieren: Wendet sich die Ware eher an Kunstsammler oder Händler, kann man davon ausgehen, dass der Kunde sich selbst gut auskennt (oder beraten lässt) und nach Impuls kauft. Diesem Käufer genügt ein herkömmlicher Katalog mit wenigen Abbildungen. In dem Maße, in welchem aber „Shopper and Furnisher“¹⁷²⁹ als Kunden gewonnen werden sollen, muss – da die Auktion in Konkurrenz zu anderen Anbietern von Luxuswaren steht – der Katalog den Käufer regelrecht verführen.¹⁷³⁰

Vor allem im Zuge der spartenübergreifenden Auktionen haben auch die Kataloge ihr Aussehen verändert. Sie sind einerseits farbiger geworden, d. h. die angebotenen Stücke werden häufig durchgehend im Vierfarbdruck abgebildet. Andererseits wird der Ablauf der Lots aufgelockert durch Abbildungen der Epochen-Arrangements, die auch die Besichtigungen aufwerten. Mancher Katalog erweckt eher den Eindruck eines hochwertigen Lifestyle- oder Wohnmagazins. Besonders bei Auktionen mit Stücken aus Adelsbesitz befinden sich allerdings auch viel „Dachbodenstücke“ im Angebot; hier lohnen sich aufgrund des geringen Wertes der Objekte weder großformatige Abbildungen noch eingehende Beschreibungen.¹⁷³¹

Generell wird jede Provenienz, vor allem natürlich die einer berühmten Persönlichkeit oder Adelsfamilie, zur Erhöhung des Kaufanreizes ausgiebig dargestellt.¹⁷³² Die internationalen Häuser kennzeichnen zudem Ware, die direkt aus Privatbesitz, d. h. nicht vom einliefernden Händler kommt, durch Zusätze wie „Property of a Lady“, „From a Private Collection“ etc. Durch die allgemeine Entwicklung, Marktfrische besonders hoch zu schätzen, werden derartige „Property

¹⁷²⁸ z. B. „Peter Paul Rubens“, „Peter P. Rubens“, „P. P. Rubens“, „P. Rubens“ und „Rubens“ (HEBBORN (1999): 186).

¹⁷²⁹ RUMBLER: 30.07.1999; vgl. 3.2.2 - Vom Nutzen der Kunst.

¹⁷³⁰ RUMBLER: 11.11.2000.

¹⁷³¹ CRÜWELL: 23.09.2000.

¹⁷³² Vgl. 4.1.4. – Provenienz.

titles“ ebenso wie Provenienzanangaben immer wichtiger, da sie als Hinweis auf einen privaten Einlieferer einen großen Kaufanreiz darstellen können. Familiäre oder auch steuerliche Gründe haben jedoch häufig zur Folge, dass gerade im Bereich des privaten Kunstsammelns viele Eigentümer es vorziehen, ungenannt zu bleiben. Daher muss der Katalog oft die Sammlung umschreiben, ohne aber den Namen des Sammlers explizit nennen zu dürfen.¹⁷³³

Üblicherweise wird die Bedeutung einer Auktion vom unternehmenden Haus selbst eingestuft und auf dem Katalogtitel bekannt gegeben. So reicht die Bandbreite von „English Furniture“ und „Fine English Furniture“ bis hin zu „Important English Furniture“. Da allerdings der interne Auktionskalender in aller Regel vorschreibt, dass jede Abteilung pro Jahr eine gewisse Anzahl von bestimmten Auktionen abhalten muss, kann es vorkommen, dass man aus Gründen der Öffentlichkeits- und Pressearbeit eine Auktion als „important“ bezeichnet, auch wenn die darin offerierte Ware diese Bezeichnung nicht immer verdient. Die Eigenwertung durch das Haus hat zuweilen etwas von einer Beschwörungsformel...

Wichtiger und aussagekräftiger bezüglich der Qualität der angebotenen Objekte sind deren im Katalog angegebenen Schätzungen. Zwar ist das jeweilige Limit der wichtigste Wert in der Auktion, da erst beim Erreichen dieser Grenze das Stück zugeschlagen werden darf. Im Katalog wird jedoch nur ein Schätzwert angegeben, in aller Regel als unterer und oberer Rahmen. Bei den britischen Häusern gilt die Faustregel, dass das Limit 80% des unteren Schätzwertes beträgt und somit gar nicht mehr wirklich geheim ist.¹⁷³⁴ Dies ist aber nur ein Näherungswert und bei wichtigen und begehrten Objekten oft nicht zutreffend. Die heute selbstverständliche Nennung von Schätzpreisen wurde erst 1971 von Sotheby's eingeführt. Vorher waren die Kataloge nicht mit Schätzungen versehen. Diese konnte der Kunde erfragen, wobei allerdings eine Obergrenze von sechs Auskünften pro Auktion vorgegeben war.¹⁷³⁵

¹⁷³³ FRANKS: 23.02.2001; vgl. 4.1.3. – *Marktfrische*.

¹⁷³⁴ In Kontinentaleuropa ist hingegen das Limit tatsächlich geheim. In der Diskussion um die Versteigerungsbedingungen im Deutschland der 1920er Jahre war auch gefordert worden, die Reserven zu veröffentlichen. Diese Forderung fand jedoch weder Eingang in die Gesetzgebung noch konnte sie sich in der Praxis durchsetzen. Lediglich in einigen wenigen österreichischen und süddeutschen Häusern wird im Katalog kein Schätzpreis, sondern das Limit abgedruckt (WILHELM (1990): 112). Zur Limitfestlegung vgl. 5.2 – *Konkurrenz auf dem Beschaffungsmarkt*.

¹⁷³⁵ Als Sotheby's die "low-level"-Niederlassung in Belgravia gründete, führte man die Veröffentlichung des Schätzpreises als Zugangserleichterung für unerfahrene Kunden ein (LACEY (1998): 193).

Der Schätzpreis an sich ist ein probates Mittel, das Bietverhalten zu steuern, da er von vielen Kunden als Richtwert anerkannt wird.¹⁷³⁶ Dies wird zuweilen ausgenutzt, um Rekorde zu generieren, indem man schon die untere Schätzung über dem Niveau früherer Zuschläge ansiedelt – eine riskante Strategie, die nicht immer aufgeht.¹⁷³⁷ Nur sehr selten wird ein Schätzwert nicht im Katalog, sondern nur “auf Anfrage” angegeben. Dies ist immer dann der Fall, wenn ein Stück derart selten und hervorragend ist, dass sich in Ermangelung von Vergleichsstücken kein Wert ermitteln lässt. Die mündliche Auskunft ändert sich daher mit dem Ansteigen der Nachfragen, durch die potentielle Käufer ihr Interesse bekunden.¹⁷³⁸

Der Schätzwert kann kausal sein für den Erfolg eines Stückes in der Auktion. Wird er eher niedrig angesetzt, ist das Mitbieten für eine größere Zahl interessant, was sich in lebhafter, positiver Stimmung im Raum und im besten Fall in einem hohen Preis niederschlägt.¹⁷³⁹ Die niedrigen Werte werden dem Einlieferer von der Abteilung des Auktionshauses als sogenannte „konservative“ Schätzungen verkauft.¹⁷⁴⁰ Umgekehrt schreckt eine hohe Schätzung viele Käufer ab.¹⁷⁴¹ Christian Herchenröder: „Aus der Lockung für Einlieferer bedeutender Ware, die oft mehr erwarten, als der Markt hergibt, wurde die große Abschreckung für Kunstkäufer.“¹⁷⁴² In schwierigeren Zeiten wird der untere Schätzwert selbst bei Spitzenwerken zur „Meßlatte“¹⁷⁴³ oder gar „unüberwindlichen Hypothek“.¹⁷⁴⁴

¹⁷³⁶ WILHELM (1990): 112; MELIKIAN: 26./27.02.2000.

¹⁷³⁷ STEPHAN: 10.06.2000-2; STEPHAN: 11.11.2000; THIBAUT: 04./05.07.2003. Wenn das Objekt wertvoll genug ist, kann es gerüchteweise vorkommen, dass ein Zuschlag unterhalb der Reserve erfolgt und das Auktionshaus die Differenz zwischen Zuschlagpreis und Reserve selbst bezahlt, d.h. durch das Bieteraufgeld substituiert.

¹⁷³⁸ Eher selten wird bei (kleineren) Häusern ein Betrag nicht mehr im Katalog veröffentlicht, wenn er eine gewisse Grenze nach oben überschreitet.

¹⁷³⁹ STEPHAN: 20.05.2000-2.

¹⁷⁴⁰ GROPP: 12.05.2001.

¹⁷⁴¹ PEERS: 11.08.2000; MELIKIAN: 10.11.2000.

¹⁷⁴² HERCHENRÖDER: 14.11.2000. Ein Beispiel war die Sammlung Deutscher Kunst von Marvin Fishman, der nach dem Scheitern eines geschlossenen Verkaufs an ein Museum die Sammlung auflöste und auf den Markt brachte. Nachdem er die konkurrierenden Bewerber Christie's und Sotheby's gegeneinander ausgespielt hatte, indem er sie zur mehrfachen Erhöhung der Schätzwerte anhielt. Schliesslich versteigerte Sotheby's die Sammlung im Rahmen seines “German and Austrian Sale” im Oktober 2000. Der Erfolg war bescheiden: Ein hoher Anteil der Werke blieb unverkauft, die untere Schätzung wurde nicht erreicht, die beiden Hauptwerke waren durchgefallen und damit verbrannt (THORMÜLLER: 22.07.2000; BAUMER: 16.10.2000; HERCHENRÖDER: 20./21.10.2000; LOVENBERG: 21.10.2000).

¹⁷⁴³ HERCHENRÖDER: 20./21.12.2002.

¹⁷⁴⁴ HERCHENRÖDER: 20./21.10.2000.

Die Kombination aus hohen Schätzpreisen und einer (öffentlich gemachten) Händlereinlieferung legt dem potentiellen Kunden oft den Gedanken nahe, der Händler wolle „Kasse machen“ – ein Ausnutzen der Marktsituation, welches der Käufer nicht gern unterstützt und das ihn vom Mitbieten abhält.¹⁷⁴⁵ Genauso verhält es sich bei sehr großen Sammlungen, die in kurzer Zeit zusammengekauft und zeitnah wieder auf den Markt gebracht werden: Hier unterstellt der Käufer, der Sammler wolle einen raschen Profit realisieren. Von diesem Ruch kann eine Einlieferung nichts so schnell befreien wie eine günstige Schätzung.¹⁷⁴⁶

Überhöhte Schätzungen bergen eine weitere Gefahr: Künftige Einlieferer könnten ebenfalls auf hohen Preisen bestehen, die durch das Durchfallen der vorherigen Stücke sich in Wirklichkeit aber schon als überhöht herausgestellt haben. Der Einlieferer mag dann trotzdem von der Qualität seines Stückes überzeugt sein und auf Glück vertrauen. Ein Übermaß an unrealistisch hohen Schätzungen würde aber ein künstliches Aufblasen des Marktes zur Folge haben.¹⁷⁴⁷

Auffallend oft werden überhöhte Schätzungen als Grund für das schlechte Abschneiden einer Auktion angegeben. „For mediocrities or reasonably good but overestimated pictures, times have therefore become harder,“ so Souren Melikian, Kunstmarktreakteur der International Herald Tribune.¹⁷⁴⁸ Vergessen sollte man jedoch nicht, dass in erster Linie die Qualität der Ware kausal für den Verkauf ist – die Problematik zu hoher Schätzungen wird mit zunehmender Qualität immer geringer.¹⁷⁴⁹

Letztlich sollte man bedenken, dass der Fehler auch oft beim Auktionshaus selbst liegt, welches dem Eigentümer eines interessanten Stückes in „der Hitze des Gefechts“ mehr verspricht, als der Markt selbst dann halten kann. Umgekehrt gibt es

¹⁷⁴⁵ Ein Beispiel für diesen Mechanismus war die Auktion der Berggruen-Sammlung im Mai 2001 bei Phillips in New York, vgl. 5.2.2.2 – *Garantieversprechen*.

¹⁷⁴⁶ So geschehen bei der extrem erfolgreichen Sotheby's Versteigerung der (in acht Jahren zusammengekauften und sehr umfangreichen) Sammlung von Stanley Seeger im Mai 2001 in New York (Melikian: 12./13.05.2001).

¹⁷⁴⁷ STEPHAN: 01.04.2000.

¹⁷⁴⁸ MELIKIAN: 30.06.2001.

¹⁷⁴⁹ STEPHAN: 11.11.2000.

bereits Unternehmen, die die konservative Schätzung und die damit verbundene hohe Zuschlagsquote als Instrument zur Gewinnung von Kundenkontakten nutzt.¹⁷⁵⁰

Kataloge werden nicht nur an Abonnenten und an die Einlieferer versendet,¹⁷⁵¹ sondern auch (ungefragt und kostenlos) an Sammler, von denen das Haus weiß, dass sie auf dem Gebiet der Auktion sammeln. Zuweilen werden Kataloge auch wie sonstige Werbesendungen an (gekaufte) Adressen interessanter Berufsgruppen verschickt.

Letztlich werden die Kataloge auch für Eigenwerbung genutzt, welche unter den Begriff „Cross Marketing“ fällt: Es ist sehr unwahrscheinlich, dass ein Käufer eines Werkes der Modernen Kunst sich ausschließlich für diese interessiert. Es ist vorstellbar, dass er auch bei der Gestaltung seines sonstigen Lebensumfeldes ähnliche Maßstäbe ansetzt und z. B. sich mit ausgesuchten Antiquitäten oder seltenen Objekten des „Modern Design“ eingerichtet hat. Daher bewirbt das Auktionshaus häufig Auktionen verwandter Sparten auf den letzten Seiten des Katalogs.

6.2.1.2 Die Vorbesichtigung

Die Besichtigung erfüllt nicht nur den Zweck, dem Kunden die Möglichkeit zu geben, vor der Auktion die Ware begutachten zu können. Das Auktionshaus ist dann ein Museum auf Zeit.¹⁷⁵² Der Aufwand der Präsentation der Ware wichtiger Auktionen wird immer größer.¹⁷⁵³ So hat sich inzwischen ein komplexes System von aufwendigsten Dekorationen und ausgeklügelten, abgestuften Previews etabliert.¹⁷⁵⁴ Ganze Epochenräume werden gestaltet und von Innenarchitekten werden Vorschläge

¹⁷⁵⁰ BARKER/RUMP: 17.03.2001.

¹⁷⁵¹ Nahezu alle Auktionshäuser betrachten die kostenlose Zusendung des Kataloges an die Einlieferer, deren Waren dadurch versteigert werden sollen, als Teil ihres Kundendienstes.

¹⁷⁵² Dieser Aspekt zeigt sich auch daran, dass immer wieder Neulinge nach dem Eintrittspreis fragen (GWYTHYER: 6/1999). Walter Grasskamp sieht die hohen Verkaufsquoten, die die Museen mit Katalogen, Postkarten etc. erzielen, im Konsumfrust des Museums begründet (GRASSKAMP (1994): 47). Hier könnte das Auktionswesen insoweit folgen, als dass man bei der Besichtigung ebenfalls nicht kaufen kann. Trotzdem werden keine nennenswerten Stückzahlen an Katalogen abgesetzt. Der Grund liegt wohl in der fehlenden Dauerhaftigkeit der Ausstellung, die auch der Markenname des Versteigerers nicht ausgleichen kann.

¹⁷⁵³ HERCHENRÖDER: 16./17.07.1999 spricht treffend von „Blockbuster-“Auktionen. Aber auch kleinere Auktionen werden immer aufwendiger inszeniert, wenn ihre Objekte in einem Preview präsentiert werden (VOGGENAUER: 29.01.2000).

¹⁷⁵⁴ PEERS/SCHMITT: 17.05.2000; vgl. 6.1.4.2 – *Vorträge und Vernissagen*.

inszeniert, wie man etwa eine Sammlung zeitgenössischer Kunst in eine antike Wohnungseinrichtung integrieren kann. Zudem werden die Vorbesichtigungen diverser Spartenauktionen kombiniert, um den Eindruck von „bewohnbaren“ Räumen zu erschaffen.¹⁷⁵⁵

Der Ausgangspunkt dieser Entwicklung war die Versteigerung der Sammlung Bennison 1985. Zur Besichtigung hatte Christie's das Appartement Bennisons in den Räumlichkeiten des Auktionshauses originalgetreu nachbauen lassen, um einen Eindruck zu vermitteln, aus welchem Umfeld die Kunstwerke stammten. Wird ein größeres Inventar verkauft, werden die Stücke bevorzugt am Originalstandort gezeigt, d.h. die Besichtigung findet in der zu räumenden Immobilie statt. Vita Sackville-West schildert eine solche Schlossauktion in ihrer 1924 erschienen Erzählung „The Heir“: „Ein genialer Einfall, dachte Nutley, die Auktion hier im Haus stattfinden zu lassen, die Möbel in einem Ambiente zu zeigen, das ihnen gemäß war, und nicht in der tristen Atmosphäre eines Auktionssaals. Die Händler, die den wahren Wert der Gegenstände kannten, würde das natürlich nicht beeindrucken können, doch bei den privaten Kunden, den Amateuren, die hinter den weniger wichtigen Dingen her waren, könnte es die Preise vielleicht bis zu 25 Prozent in die Höhe treiben.“¹⁷⁵⁶

Heute haben die Auktionshäuser längst den Händlern die Rolle als Geschmacksführer in Sachen Inneneinrichtung streitig gemacht. Sie sind hierbei im Vorteil: Nicht nur, dass sie mit Räumlichkeiten, Personal und Budget für eine wichtige Auktion materiell die bessere Ausgangsposition haben. Durch den rascheren Umsatz der Ware wechseln die Rauminszenierungen im Auktionshaus deutlich häufiger als ein Händler dies in seinen Verkaufsräumen je finanzieren könnte. Die Händler sehen diesen Vormarsch auf ureigenstem Gebiet mit Schrecken. Ein Londoner Händler brachte die Gefühle seiner Kollegen auf den Punkt: Es ist so, als ob „Sotheby's and Christie's have stolen my clothes.“¹⁷⁵⁷

¹⁷⁵⁵ Beispielsweise im „House Sale“ bei Christie's New York, in „CSK at home“-Auktionen bei Christie's South Kensington oder in „Furniture and Decoration“-Auktionen bei Sotheby's Olympia (GROPP: 29.12.2001-1; Handelsblatt vom 11./12.01.2002; WEYER: 24.03.2003; STUDER: 28.3.2003; BENNETT: 21.07.2003).

¹⁷⁵⁶ SACKVILLE-WEST (1990): 126.

¹⁷⁵⁷ HICKS: 34/1999.

Andererseits wird die Besichtigungszeit häufig als zu kurz kritisiert, so dass der Sammler zu wenig Zeit zur Entscheidungsfindung habe. Die Folge sind nicht nur Fehlkäufe, sondern auch eine Marktveränderung: Je mehr Kunstwerke über Auktionen umgesetzt werden, desto größer könnte der Erfolg von leichter zugänglicher, vordergründig aufsehenerregenderer Kunst sein.

6.2.1.3 Der Auktionsablauf

Die Auktion beginnt zum im Katalog angekündigten Zeitpunkt – war es früher so, dass wichtige Auktionen um 10.30 Uhr begannen, hat man in Europa mittlerweile den Start auf den Nachmittag verlegt, um den amerikanischen Kunden die beste Möglichkeit einer telephonischen Beteiligung bieten zu können.¹⁷⁵⁸ An dieser Anpassung kann man sehen, dass die traditionelle Formel, die besten Auktionen seien dort, wo die beste Ware sich befindet, nur noch eingeschränkte Gültigkeit hat.¹⁷⁵⁹

Der Auktionator beginnt mit dem Aufruf des ersten Lots, welches gleichzeitig - tatsächlich oder virtuell - gezeigt wird. Gesteigert wird in 10%-Schritten, der Bieter des höchsten Gebots erhält nach dreimaligem Wiederholen des Betrages durch den Auktionator das Lot zugeschlagen. Der aktuelle Stand der Gebote wird auf einer elektronischen Anzeigetafel nicht nur angezeigt, sondern auch in die wichtigsten Währungen der Welt umgerechnet – eine Erfindung des deutschen Auktionators Roman Norbert Ketterer, welche umgehend von allen großen Auktionshäusern übernommen wurde.¹⁷⁶⁰ Als Zuschlag gilt nicht der Schlag mit dem Hammer, sondern der Ausspruch des Auktionators: „Sold“, „Adjugé“, „Verkauft“ etc. Der Hammerschlag ist lediglich ein hörbares Zeichen, dass die Versteigerung der Position abgeschlossen ist und die nächste aufgerufen werden kann, er gibt der Auktion ihren Rhythmus. Zudem ist er eine Art Szepter, mit dem der Auktionator den Zuschlag „weihet“ und den Saal dirigiert.¹⁷⁶¹

Legitimationssymbol des Saalbieters hingegen ist die Nummerntafel, das sogenannte Paddle. Ohne Nummer darf kein Kunde den Saal betreten, um ein Mitsteigern ohne

¹⁷⁵⁸ RENTON: 18.02.2003.

¹⁷⁵⁹ HERCHENRÖDER (2003): 85.

¹⁷⁶⁰ KLAUSTER (1982): 58; KETTERER (1999): 151f.

nachvollziehbare Personenangaben zu verhindern.¹⁷⁶² Geboten wird allerdings mit Handbewegungen, die desto diskreter ausfallen, je erfahrener der Bieter ist. Es soll vermieden werden, dass Konkurrenten um das Stück sehen, dass man selbst mitbietet – der Händler, der mit winzigem Kopfnicken oder kaum wahrnehmbarer Handbewegung bietet, verlangt besondere Aufmerksamkeit vom Auktionator.¹⁷⁶³ Die häufig kolportierte Geschichte, man könne durch Winken oder Kopfkratzen unversehens den Zuschlag erhalten, ist jedoch höchst unwahrscheinlich – ein Auktionator wird sich bei geringster Unsicherheit immer vom tatsächlichen Bieterwillen des fraglichen Zuschauers überzeugen.¹⁷⁶⁴

Dem Einlieferer ist das Mitbieten durch den Versteigerungsvertrag untersagt, um ein Hochbieten der eigenen Stücke zu unterbinden. Zuweilen kommt es dennoch vor, dass der Verkäufer (im Zweifelsfall durch einen Vertreter) mitbietet und einen Zuschlag erhält. In diesen Fällen sind die Auktionshäuser rigide und fordern auch vom Eigentümer das Käuferaufgeld ein, welches sie auch von jedem anderen Bieter fraglos erhalten würden. Komplizierter ist die Situation, wenn das Objekt von einer Nachlassverwaltung eingeliefert wurde und Mitglieder der Erbengemeinschaft mitbieten wollen – nicht selten wird in diesen Fällen ebenso um eine Befreiung vom Käuferaufgeld gebeten. Im Interesse der Gleichbehandlung aller Bieter wird dieses Ansinnen aber in aller Regel zurückgewiesen; bei einer Kalkulation ohne Aufgeld könnten derart privilegierte Bieter höher bieten als die Konkurrenz im Saal.

Erst beim Zuschlag wird die Nummer des erfolgreichen Bieters genannt; gibt es keine Käufer, sagt der Auktionator „passed“ (durchgefallen).¹⁷⁶⁵ Für die Zuschauer gilt im Moment des Zuschlags eine gewisse Auktionsetikette: Es ist absolut verpönt, sich

¹⁷⁶¹ HEINICK: 26.08.2000.

¹⁷⁶² PFANNMÜLLER: 17.10.1999.

¹⁷⁶³ Immer wieder werden auch zwischen dem Auktionshaus und einem Bieter Geheimzeichen vereinbart, um das Mitbieten im Saal noch diskreter zu gestalten. So kann ein Kunde angeben, er möge als Mitbieter angesehen werden, bis er durch eine bestimmte Handlung signalisiere, dass er aussteigt. Publik wurde eine derartige Vereinbarung am 19. März 1965, als Christie's ein Titus-Porträt von Rembrandt versteigerte. Der Zuschlag ging an einen Vertreter der Marlborough-Galerie. Umgehend protestierte ein anwesender Herr und wies ein Schreiben des Auktionshauses vor, in dem man akzeptierte, besagten Herren als Mitbieter zu werten, bis dieser aufstehen und seinen Platz verlassen würde. Das Objekt musste neu aufgerufen werden; der neue Bieter konnte sich das Bild schließlich für einen Preis sichern, welcher £ 50.000,- über dem ersten Zuschlag lag (KLASTER (1982): 19; HERCHENRÖDER (2003): 72f.).

¹⁷⁶⁴ ZEITZ: 05.02.2000; MATTHEW: 25.07.2003.

¹⁷⁶⁵ HERCHENRÖDER (2003): 53; ZEITZ: 09.11.2002.

nach einem Zuschlag umzudrehen, um zu sehen, wer der Käufer ist. Der professionelle Bieter sitzt daher in den hinteren Reihen - er hat die Ware während der Besichtigung ohnehin schon gesehen, kann folglich auf die gute Sicht auf das zu ersteigende Stück verzichten. Eine andere Benimm-Regel ist allerdings vollkommen in Vergessenheit geraten: Ursprünglich war es Ehrensache für alle Sammler, einen anwesenden Museumsdirektor, der für sein Haus bot, nicht zu überbieten¹⁷⁶⁶

Der Auktionator ruft das Lot zur Hälfte des Schätzwerts auf. Hierdurch sollen die Interessenten zum absatzfördernden Überbieten angeregt werden. Bis zum Erreichen des Limits kann der Auktionator durch "Luftgebote" mitsteigern.¹⁷⁶⁷ Hierbei ruft er einfach den nächsten Schritt auf, ohne dass dafür ein konkretes Gebot vorgelegen hat. Gern wird dies mit einer Handbewegung in den Raum verbunden, um den unwissenden Teil des Publikums ein Gebot im hinteren Bereich des Saales vorzugaukeln. Dieses Luftbieten löst bei Auktionsneulingen gelegentlich Unmut aus, wird doch vom Auktionator nicht vorhandenes Interesse am Lot vorgespiegelt. Diese Praktik kann man allerdings auch vom Standpunkt des Eigentümers aus betrachten: Das Limit ist der Betrag, ab dem der Eigentümer das Lot verkaufen würde. Bis zum Erreichen dieses Betrages bietet der Eigentümer quasi mit, um einen Verkauf zu einem niedrigeren Preis zu verhindern. Die Luftgebote sind folglich Gebote, die der Auktionator für den Eigentümer abgibt. Wird das Limit nicht erreicht, "kauft" der Eigentümer das Stück selbst.¹⁷⁶⁸

Für den Auktionator ist eines unumgänglich: "to stand on the right foot".¹⁷⁶⁹ Dies meint nicht die Haltung am Auktionspult, sondern die richtige Abfolge von Geboten. Er kennt die Schritte, mit denen er die Auktion des Lots hochtreibt. Ebenso kennt er die Reserve. Liegt ihm nun ein schriftliches Gebot vor, so muss er die Steigerungsschritte so bemessen, dass er bei dem Wert jenes Gebots auch tatsächlich beim schriftlichen Gebot angelangt ist. Falls kein anderes Gebot vorliegt, kann er einerseits das Lot zuschlagen, hat andererseits aber auch das schriftliche Gebot optimal ausgenutzt.

¹⁷⁶⁶ KETTERER (1988): 227, 270.

¹⁷⁶⁷ SCHÜRENBERG: 25.02.2000.

¹⁷⁶⁸ In England und den USA wird daher auch in diesen Fällen "Bought in" als Ergebnis bekannt gegeben.

¹⁷⁶⁹ WATSON (1992): 22f.

Wenn er sich beim Versteigern nun bis zum Erreichen der Reserve Luftgebote bedient, muss die Abfolge so sein, dass zum Betrag der Reserve ein tatsächliches Gebot vorliegt. Endet die Bietbereitschaft im Saal nämlich mit der Reserve, wird diese aber nur von einem Luftgebot gehalten, ist das Lot durchgefallen, obwohl möglicherweise ein Bieter zum Limit gekauft hätte.

Beim Vorliegen eines schriftlichen Gebots ist das Auktionshaus in einer besonders privilegierten Situation: Es weiß, zu welchem Preis der Eigentümer das Lot verkaufen will, und was ein Interessent dafür zu zahlen bereit ist.¹⁷⁷⁰ Immer wieder wundern sich Kunden, dass sie den Zuschlag just zu dem "krummen" Betrag bekommen haben, der ihr schriftliches Gebot begrenzte. Zuweilen sieht sich das Auktionshaus mit dem Verdacht konfrontiert, seine Kenntnis von dem schriftlichen Gebot insoweit ausgenutzt zu haben, als dass man unter den Höchstbetrag ein weiteres schriftliches (Schein-) Gebot gesetzt hat, um das schriftliche Kundengebot voll auszuschöpfen.¹⁷⁷¹

Nach erfolgtem Zuschlag darf der Auktionator eigentlich kein Gebot mehr annehmen. Hat sich eine Kunde geirrt und würde noch weiterbieten, so ist die Verführung groß, die Versteigerung noch einmal zu eröffnen, um einen höheren Preis zu erzielen. Häufig kann man erleben, dass auch sehr viel später die Auktion eines Lots erneut wieder aufgenommen wird. Bei den internationalen Häusern gilt daher die ungeschriebene Regel, dass ein "reopening" nur zulässig ist, solange der Versteigerer noch nicht das Folgelot aufgerufen hat.¹⁷⁷²

Eine wichtige Aufgabe nehmen bei großen Auktionen die "Bid Spotters" ein. Sie überwachen den Saal, um zu vermeiden, dass dem Auktionator ein Gebot entgeht. Ganz generell kann man davon ausgehen, dass 50 – 60 Lots in der Stunde aufgerufen werden; je schlechter der Abverkauf, desto langsamer wird die Auktion, um auch unentschlossenen Bietern noch eine Gedenkpause einzuräumen.¹⁷⁷³ Ebenso können aber auch andauernde Bietgefechte die Abfolge verlangsamen.

¹⁷⁷⁰ WATSON (1997): 144; MELIKIAN: 26./27.02.2000.

¹⁷⁷¹ Ebenfalls unseriös ist der Aufruf zu einem Betrag, der durch nur ein schriftliches Gebot erreicht ist, oder auch der Hinweis an den Saalbieter, dass er beim nächsten Bietschritt das vorliegende schriftliche Gebot überschritten habe und den Zuschlag erhalten würde (SACHS: 27.12.2003).

¹⁷⁷² HERCHENRÖDER: 04./05.02.2000.

¹⁷⁷³ RENTON: 18.02.2003.

Die Teilnahme von berühmten Händlern an einer Auktion kommt dem Verkauf zugute. Jedes von diesem Händler abgegebene Gebot kommt einer kostenlosen Begutachtung des bebotenen Stückes gleich. Kauft der Händler besonders wichtige Stücke der Auktion oder zu besonders hohen Preisen, wird sein Name in aller Regel in der Presseberichterstattung erwähnt. Die Öffentlichkeit seiner Marktaktivität bringt nicht nur sein Unternehmen ins Bewusstsein einer interessierten Öffentlichkeit, ein Rekordpreis etabliert zudem häufig ein neues Preisniveau – für Werke, welche sich ebenfalls im Angebot und Lager des erfolgreichen Käufers befinden.¹⁷⁷⁴

Für den Endkunden zeigt ein solcher Vorgang allerdings auch, dass er das Stück wesentlich günstiger erwerben kann, wenn er selbst direkt in der Auktion kauft. Zur Lösung dieses Problems kann der Händler selbst auch gar nicht für die Stücke bieten, welche er erwerben will, sondern überlässt dies einem Mittelsmann oder einem schriftlichen Gebot. Er verleiht der Auktion durch seine Anwesenheit Glanz, der später auch auf das von ihm anonym ersteigerte Stück fallen wird. Diese Wirkung lässt sich noch erhöhen, indem er bei anderen Stücken ein wenig mitbietet.

Nicht selten geschieht andererseits, dass vor allem Kunden im Hochpreisbereich gern einen Händler ihres Vertrauens in die Auktion entsenden, um für sie zu steigern – mancher, der ein Millionen-Gemälde ersteigert, möchte seinen Namen nur ungern am nächsten Tag in der Zeitung lesen; das Finanzamt, die in Scheidung lebende Ehefrau oder sonstige Gläubiger könnten dies ebenfalls interessant finden.¹⁷⁷⁵

Dies kann auch dann gelten, wenn der geschilderte Kunde des Hochpreisbereichs selbst ein Händler ist.¹⁷⁷⁶ Es gibt einige Gründe, warum er seinen Einkauf diskret behandeln möchte: Neben offensichtlichen Gefahren wie Diebstahl geht eine gewisse wirtschaftliche Bedrohung von der Konkurrenz aus. Der Mitbewerber könnte Vermutungen anstellen, warum man das Bild gekauft hat – für welchen Kunden? -, um dann diesem Kunden ein vergleichbares Stück aus dem eigenen Lager anzubieten. Außerdem gibt es die Gefahr der Flüsterkampagne, welche dem Objekt schaden kann:

¹⁷⁷⁴ PRESLER: 01/2003. Diese Taktik wurde von Joseph Duveen besonders konsequent und erfolgreich umgesetzt, vgl. 1.6.4 – *Der moderne Kunstmarkt*.

¹⁷⁷⁵ PRINZ: 05/2001; MOORE: 04.01.2002; BOGGAN: 05.01.2002.

¹⁷⁷⁶ FRANKS: 23.02.2001.

Neben der Kampagne, dass das Bild gefälscht sein könnte,¹⁷⁷⁷ sind solche vorstellbar, die behaupten, der berühmte Sammler X habe das Bild abgelehnt, weil es nicht zu den besseren Werken des Künstlers gehöre oder aber, dass es in der Behandlung dieses berühmten Restaurators gewesen sei, der auch große Defekte absolut unkenntlich zu machen verstehe.¹⁷⁷⁸

6.2.1.4 Die Atmosphäre

Für das Gelingen einer Auktion ist eine gute Atmosphäre im Auktionssaal von Bedeutung. Hier kommt es zunächst auf die Persönlichkeit des Auktionators an, der nicht nur die Technik des Verkaufens, sondern auch die des Unterhaltens beherrschen muss.¹⁷⁷⁹ Die Auktion muss Neugier erzeugen und Sensationslust wie Besitzgier zu befriedigen in der Lage sein.¹⁷⁸⁰ „Si l'on veut capter l'attention du public assis pendant deux heures à écouter des chiffres, il faut garder un rythme de 80 lots par heure, avoir du charisme, de l'humour sans jamais être vulgaire, savoir changer le ton de la voix pour relancer l'intérêt,“ so Francois Curiel, Auktionator bei Christie's.¹⁷⁸¹

Wichtigste atmosphärische Aufgabe des Auktionators ist das Erzeugen einer gewissen Kauflust bis hin zur Besitzgier, um Bietgefechte zu entfesseln: Bei manchen Kunden könnte man glauben, sie bieten nur, weil ihnen das Bieten so sehr gefällt. Wichtig für viele Privatsammler ist, dass jemand gegen sie bietet. Nicht nur, dass sie sich in ihrer Wahl das Objekt betreffend bestätigt fühlen. Die Auktion ist auch ein Machtkampf.¹⁷⁸² Gegen Ende einer Versteigerung bleiben nur zwei Bieter zurück. Jeder hält mit seiner Entscheidung, ob er weiterbietet, die gesamte Auktion auf und den Saal in Atem: Ein einzigartiges „Machtgefühl“.

Man kann beobachten, dass für viele junge Menschen besondere Erlebnisse eine ganz spezielle Art von Luxus sind; es geht nicht mehr nur um das „Sich-Leisten-können“

¹⁷⁷⁷ Vgl. 4.5.4 – *Artverwandte Bereiche*.

¹⁷⁷⁸ MELIKIAN: 03/2001.

¹⁷⁷⁹ MOORE: 31.10.2003.

¹⁷⁸⁰ HERCHENRÖDER (2003): 106.

¹⁷⁸¹ ROCHE: 03.07.2001.

¹⁷⁸² THOMAS: 14.07.2001.

an sich, sondern auch um den Nervenkitzel.¹⁷⁸³ Der Kampf um ein begehrtes Stück ist ein veritables Gefecht, das manchmal um jeden Preis durchgestanden werden muss; das Fallen des Hammers ein Sieg. Der Gegner konnte nicht mithalten, wurde geschlagen und wird sich erst wieder bewähren müssen.¹⁷⁸⁴ Nirgends wird in kurzer Zeit derart viel Geld ausgegeben: Der Auktionssaal ist eine hervorragende Bühne für die Selbstinszenierung.¹⁷⁸⁵ Im Übrigen scheinen die amerikanischen Kunden für diese Zusammenhänge anfälliger zu sein als die europäische Klientel.¹⁷⁸⁶

Manch siegreicher Käufer hat aber auch nach dem Zuschlag zuweilen das ernüchternde Gefühl, zu viel bezahlt zu haben - es war ja kein anderer bereit, so hoch zu bieten.¹⁷⁸⁷ Dieses Gefühl bezeichnet man als "winners curse": "The winner tends to be the one who most overestimated the true value of the object".¹⁷⁸⁸ Als einziger Trost bleibt dann die Überlegung, dass man nur um ein letztes Gebot zuviel bezahlt hat - der Unterbietende, gegen den man ankämpfte, wollte schließlich fast genauso viel ausgeben.¹⁷⁸⁹

Zudem wird bei besonders teuren Objekten oder besonders langen Bietgefechten der „Sieg“ des erfolgreichen Käufers häufig nach dem Zuschlag vom Publikum mit frenetischem Applaus honoriert.¹⁷⁹⁰ Roman Norbert Ketterer, Auktionator im „Stuttgarter Kunstkabinett“, einem der wichtigsten Umschlagplätze für moderne Kunst in der Nachkriegszeit, belohnte den Käufer auf besondere Weise: Neben seinem Pult stand eine Vase mit weißen Nelken, von denen er jedem erfolgreichen Bieter eine überreichte.¹⁷⁹¹

Generell lebt die Atmosphäre im Auktionssaal vom Vorhandensein einer kritischen Masse, welche im Fall des erfolgreichen Bieters eben die Öffentlichkeit des Sieges

¹⁷⁸³ KRESSE: 23.01.2001. Bestes Beispiel ist das Ausüben von Extremsportarten; hier kommt auch noch die körperliche Komponente hinzu, mit der die Jugend sich gegen das Alter abgrenzen kann (REITZLE (2001): 122).

¹⁷⁸⁴ ERHARDT: 30.06.2000.

¹⁷⁸⁵ ULMER: 18.12.2003.

¹⁷⁸⁶ THOMAS: 12.10.2002.

¹⁷⁸⁷ WRAIGHT (1966): 64.

¹⁷⁸⁸ ENGELBRECHT/WIGGANS (1983): 133; BOLDOVANU: 29.07.2000.

¹⁷⁸⁹ LACEY (1998): 342. Trost spendet vielleicht auch die Überlegung, dass man in einer berühmten - im Falle von Christie's oder Sotheby's sogar weltberühmten - Arena einen Sieg errungen hat.

¹⁷⁹⁰ STEPHAN: 11.11.2000.

¹⁷⁹¹ KETTER (1988-1): 169; SACHS: 03.02.2001.

sicherstellt.¹⁷⁹² Unter diesem Gesichtspunkt ist die aktuelle Entwicklung, dass immer mehr hochpreisige Stücke über eine Telephonleitung verkauft werden, sehr kritisch zu sehen; sollte sie sich intensivieren, könnte dies eines Tages den Event-Charakter der Saalauktion in Frage stellen, obgleich die Telephonbeteiligung die selbe preistreibende Wirkung hat wie ein Saalgebot.¹⁷⁹³ Der Bieter am Telephon ist allerdings für den Saalbieter nicht mehr der öffentlich sichtbare Konkurrent, den abzuschätzen er versuchen kann – die Öffentlichkeit der Auktion bekommt hier (wie auch beim schriftlichen Gebot) den Aspekt eines Privatgeschäfts.¹⁷⁹⁴

Für die Stimmung im Saal ist es somit wichtig, dass die wichtigsten Kunden im Hauptraum sitzen. Die Bedeutung misst sich in diesem Fall nach der Wahrscheinlichkeit ihres Mitbietens bei den wichtigen Lots der Auktion. Die Verteilung der Sitzplatzreservierungen wird generalstabsmäßig geplant. Unterstützung kommt auch hier aus dem Computer, der bei Eingabe des um eine Reservierung bittenden Kundennamen sofort auswerfen kann, welche Umsätze dieser Kunde im Hause macht, für welche Art Kunst er sich interessiert und bietet und wie „mutig“ er sich an einem Bietgefecht beteiligt. Bei besonderen Auktionen gibt es häufig zudem eine Umsatzgrenze, die der Kunde im Vorjahr überschritten haben muss, um überhaupt für einen Sitzplatz im Hauptraum zugelassen zu werden.¹⁷⁹⁵ Für Christie's und Sotheby's dürfte diese Frage allerdings an Brisanz verlieren. Beide haben sie an ihrem bevorzugten Auktionsort für die medien- und publikumsträchtigen Impressionistenauktionen in New York Ende der 1990er Jahre Räumlichkeiten bezogen, deren Versteigerungssäle bis zu 2.000 Personen fassen.¹⁷⁹⁶ Die Sitzordnung ist dem Auktionator natürlich bekannt, so dass er bei jedem Lot weiß, wo im Saal sich die Hauptinteressenten befinden; auch dies verringert die Gefahr, Gebote zu übersehen.¹⁷⁹⁷

¹⁷⁹² SCHARNACK: 17.05.2001.

¹⁷⁹³ ERHARDT: 30.05.2000.

¹⁷⁹⁴ HERCHENRÖDER (2003): 56.

¹⁷⁹⁵ WATSON (1992): 11 nennt hier einen Betrag von US\$ 300.000,-- für Christie's und wichtige Auktionen der Saison 1989/90. In Anbetracht der Preisentwicklung dürfte dieser Betrag ungeachtet seines Alters auch heute noch realistisch sein.

¹⁷⁹⁶ THORNCROFT: 26.04.1999; McDOWELL: 06.06.2001. Das (2003 wieder aufgegebene) Hauptquartier von Phillips hingegen fasste in seinem Hauptsaal nur 300 Personen (BENNETT: 14.05.2001).

¹⁷⁹⁷ BRUBACH: 06/2002. Auktionatoren berichten, dass sie es einem Kunden anmerken können, ob er bieten will: Die meisten würden mit den Nahen des begehrten Lots immer nervöser und unruhiger. "I

Ebenso wichtig für die Atmosphäre im Saal ist die Auktionsabfolge, welche vom Spezialisten des Gebietes festgelegt wird; der Spezialist „komponiert“ die Auktion.¹⁷⁹⁸ Nur er kann die Verkaufschancen der einzelnen Lots einschätzen, nur er kennt die „Problemfälle“. Wichtige, kritische oder besonders teure Stücke werden unter die Lots gemischt, bei denen die Verkaufswahrscheinlichkeit hoch ist, um die Auktion fließend zu halten, da eine Reihe mehrerer unverkaufter Lots die Stimmung im Saal massiv beeinträchtigen kann.¹⁷⁹⁹ So ist die Auswahl immer die Balance zwischen ausreichend guten Stücken, um die Auktion insgesamt attraktiv erscheinen zu lassen, und ausreichend erschwinglichen Stücken, um auch für Bieter, denen die Toplots zu teuer sind, die Möglichkeit zu geben, ihren Erwerbswunsch zu erfüllen. Andererseits dürfen nicht zu viele wichtige Bilder in einer Auktion versammelt sein, damit das Interesse der potentiellen Käufer sich nicht aufsplittet, und nicht zu viele günstige, um die Qualität der Auktion nicht zu gefährden.¹⁸⁰⁰ Bei großen und bedeutenden Auktionen wird die Ware innerhalb derselben Auktion auf den Tag und den Abend aufgeteilt, wobei der Abend den wichtigeren Stücken vorbehalten bleibt.¹⁸⁰¹ Der Verkauf des Eröffnungslots gilt immer noch als gutes Omen für den Erfolg der Auktion.

Hat das Haus nur ein mediokres Angebot, wirkt sich das doppelt negativ aus: Einerseits finden weniger gute Objekte naturgemäß weniger Bieter, andererseits verstärkt sich dieser Effekt, weil dadurch eine negative, konsumfeindliche Stimmung im Saal entsteht – in wirtschaftlich schwierigen Zeiten sind die heißen Bietgefechte eher selten.¹⁸⁰²

Die Bemühungen, durch einen abwechslungsreichen Auktionsablauf eine unterhaltsame und interessante Versteigerung zu kreieren, hat inzwischen sogar

have to be careful not to return their stare in kind; it can frighten them off”, so Christopher Burge, Auktionator bei Christie’s in New York (WATSON (1992): 22).

¹⁷⁹⁸ KETTERER (1988): 149.

¹⁷⁹⁹ Problematisch kann dies bei Gemäldeauktionen sein, in denen zuweilen die Werke nach den Lebensdaten der Künstler chronologisch oder aber nach deren Namen alphabetisch sortiert werden und man keinen Einfluss auf die Reihenfolge hat.

¹⁸⁰⁰ THORMÜLLER: 14.09.2002. Die Verteilung der Spitzenstücke auf verschiedene Auktionen bietet zudem die Vorteile, dass mehr Versteigerungen Stücke beinhalten, die einer Berichterstattung wert befunden werden, und dass bei großen Sammlungsauflösungen der Eindruck einer Marktschwemme vermieden wird (HERCHENRÖDER: 18.05.1999).

¹⁸⁰¹ Zur Auflockerung derartiger Abendauktionen wird zuweilen eine Pause eingelegt, in der man für wichtige Kunden ein gesetztes Dinner veranstaltet (LACEY (1998): 163).

Einfluss auf die Auswahl der Ware. So ist die Spartenauktion auf dem Rückzug. Versteigerungen, die diverse Sammelgebiete unter einem Oberthema präsentieren, sind beim Publikum ausgesprochen erfolgreich. Diese Auktionen werden dann von einem opulenten Katalog begleitet und vom Handel nicht gern gesehen.¹⁸⁰³

6.2.2 Die Internetauktion

Ende der 1990er Jahre wurde das Internet als Marktplatz der Zukunft auch von Auktionshäusern entdeckt. Die ersten Auktionen im Netz wurden nicht von Auktionshäusern selbst, sondern in ihrem Auftrag von Online-Agenturen wie der Corsellis-Montford-Group durchgeführt.¹⁸⁰⁴ Hierbei wurde jedoch keine Kunst angeboten. Vielmehr hatten einige Unternehmer die Idee, ihre Lagerbestände nicht nur über das Netz anzubieten, sondern auch den Preis durch die Kunden festlegen zu lassen. So muss der Verkäufer keine teuren Inserate schalten, um einen Lagerverkauf anzukündigen. Auch liegen die erzielten Preise bei dieser Absatzform nahezu immer über den ermäßigten Abverkaufs-Preisen und erreichen zuweilen die regulären Verkaufspreise.¹⁸⁰⁵

6.2.2.1 Organisationsmodelle

Ein Unternehmen, welches seinen Lagerbestand über eine Internet-Auktion veräußern will, gestaltet selbst eine entsprechende Website.¹⁸⁰⁶ Im Gegensatz hierzu wird die Auktionswebsite bei Internetauktionshäusern von den Anbietern gestaltet, da jeder einzelne seinen Gegenstand auf der Homepage des Hauses präsentieren kann.¹⁸⁰⁷ Das Auktionshaus trifft keinerlei Auswahl. Eine Regulierung findet nur über Ausschlussvorschriften statt.¹⁸⁰⁸

¹⁸⁰² SCHAERNACK: 08./09.11.2002.

¹⁸⁰³ Beispielsweise im "House Sale" bei Christie's New York, in "CSK at home"-Auktionen bei Christie's South Kensington oder in "Furniture and Decoration"-Auktionen bei Sotheby's Olympia (STÜRMER: 18.10.1998; GROPP: 29.12.2001-1; Handelsblatt vom 11./12.01.2002; WEYER: 24.03.2003; STUDER: 28.3.2003).

¹⁸⁰⁴ O'CONNOR: 29.10.1998.

¹⁸⁰⁵ MATTHIES: 29.12.1998.

¹⁸⁰⁶ Es handelt sich hierbei um einen "business-to-people"-Verkauf (HERDA: 27.04.1999).

¹⁸⁰⁷ Diese Variante ist ein "people-to-people"-Verkauf.

Kunstauktionen im Netz weichen teilweise von diesem Modell ab. Jede reguläre Saalauktion lässt sich durch eine Internetveranstaltung erweitern. Hierbei wird das Saalgeschehen auch im Netz wiedergegeben und Internetgebote gleich Telephoneboten angenommen.¹⁸⁰⁹ Problematisch ist hierbei die Übertragung. Technisch bedingt erfolgt sie durch das Netz im Gegensatz zum Telephon zuweilen leicht zeitversetzt.¹⁸¹⁰

Eine "echte" Internet-Auktion entsteht schon dann, wenn ein Teil der Lose gar nicht im Saal, sondern nur im Netz aufgerufen wird. Diese Form wurde von einigen Auktionshäusern zu Beginn der Internetaktivitäten gewählt, um einerseits das Interesse der Saalbieter am Internetgeschehen zu erwecken, andererseits um der Internetauktion die Aura der Saalauktion und damit das Etikett der Gleichwertigkeit zu verleihen.

Die einfachste Möglichkeit für ein Kunstauktionshaus, eine Versteigerung im Internet zu veranstalten, ist die schlichte Verlagerung des Mediums. Hierbei wird die Auktion wie eine Saal-Auktion vorbereitet, d. h. die Experten des Hauses begutachten die Ware, wählen die für die geplante Auktion geeigneten Stücke aus und bearbeiten diese. Die Zusammenstellung der Auktion sowie die Expertisen und Katalogtexte werden ausschließlich von den Spezialisten des Auktionshauses selbst erstellt. Für die Richtigkeit von Zuschreibungen, Alters- und Zustandsangaben haftet das Haus in dem Rahmen der normalen Haftung. Es erscheint lediglich kein gedruckter, sondern ausschließlich ein virtueller Katalog. Das Netz ersetzt die körperliche Veranstaltung sowie tatsächliche und telephonische Gebote. Diese eher traditionelle Organisationsform wird z. B. von der Vereinigung "International Auctioneers" umgesetzt.¹⁸¹¹

¹⁸⁰⁸ HENLEY: 04.01.2001. So ist z. B. bei eBay der Handel mit Waffen oder Körperteilen verboten (MÜLLER VON BLUMENCRON: 13/1999; SERJEANT: 06.12.1999).

¹⁸⁰⁹ Weltweit erstmalig in der Auktion "Football fever" des Hauses Bonhams am 15.03.1999, in der in Zusammenarbeit mit der Internet-Gruppe "Auction Channel" und dem Fernsehsender "Sky Sports" Souvenirs britischer Fußballclubs veräußert wurden (HUGHES-MORGAN/WRIGHT: 15.03.1999). Sotheby's und Christie's sahen in dieser Mischform jedoch keine Alternative zur reinen Internetauktion (THOMSON: 22.01.1999).

¹⁸¹⁰ RESSLER (2001): 160.

¹⁸¹¹ BENNETT, 15.02.1999. Die Besonderheit ist, dass die Ware in den teilnehmenden Häusern zur Besichtigung ausgestellt wird (KRUMPL: 17./18.04.1999).

Andere Kunstauktionshäuser dagegen orientieren sich weniger an ihren eigenen Kunstauktionen als an den Methoden der Internetauktionshäuser. So übernahm z. B. Sotheby's das Prinzip des Internetauktions-Pioniers eBay, nach dem der Anbieter das Angebot gestaltet und dann auf der Website des Auktionshauses eine begrenzte Zeit präsentiert.¹⁸¹² Dieser Zeitraum umfasst in aller Regel eine Woche und kann für jedes Sachgebiet und jedes Stück unterschiedlich sein; man spricht daher von einem "rolling sale". Ziel dieser Organisationsform war es, die Möglichkeiten des Internet konsequent zu nutzen, da man bei einer Live-Auktion aufgrund der Zeitverschiebung weniger Adressaten erreicht. Von allen eingehenden Geboten wird das jeweils Höchste allen Besuchern der Homepage angezeigt. Am Ende der Frist wird der Gegenstand dem Höchstbietenden zugeschlagen, der ihn per Kreditkarte bezahlt. Diese Zahlung geht allerdings nicht an das Auktionshaus, sondern an den Anbieter des Gegenstandes. Sobald dieser den Betrag gutgeschrieben hat, versendet er den Gegenstand an den Käufer und zahlt dem Auktionshaus die Provision. Diese setzt sich aus seiner Verkäufer- und der von ihm mit dem Kaufpreis eingezogenen Käuferprovision zusammen.

Diese Verfahrensweise hat für alle Beteiligten viele Vorteile: Die Stücke werden vom Anbieter katalogisiert, geschätzt und photographiert.¹⁸¹³ Das Auktionshaus braucht folglich die Spezialistenarbeitszeit nicht aufzuwenden. Der Gegenstand bleibt beim Anbieter, wodurch für diesen Transportkosten zum Versteigerungsort eingespart werden. Da zur Bearbeitung und Präsentation jeder Gegenstand im Auktionshaus zwischen 5 und 10-mal bewegt wird, sinken auch die Kosten dort.¹⁸¹⁴ Die insgesamt geringeren Kosten können sich im geringeren Limit des Stückes oder aber in einer geringeren Provision niederschlagen. Der Anbieter verpflichtet sich dazu, die Ware für die Dauer der Auktion zu lagern - und nicht anzubieten.¹⁸¹⁵ Das Auktionshaus

¹⁸¹² In dieser Form sind ebenfalls die Kunstauktionen der Internetgeneralisten organisiert, aber auch die Kunstauktionen des Kunstauktionshauses artnet.com.

¹⁸¹³ BARKER: 17.01.2000.

¹⁸¹⁴ PRISTIN: 20.01.1999.

¹⁸¹⁵ Hier ist die Gefahr eines Missbrauchs gegeben. Da die Ware während der Auktion beim Anbieter verbleibt, dieser aber Händler sein kann, entsteht die Verlockung eines Verkaufes, falls im Auktionszeitraum ein potentieller Kunde Interesse an dem Stück zeigt. Für diesen Fall verweist der Vertrag auf die Möglichkeit, dass dieser Interessent den Computer des Händlers nutzen könne, um ein Gebot auf das Stück abzugeben. Ein Zurückziehen des Lots, wie es bei Liveversteigerungen bis zum Moment des Aufrufs unter bestimmten Bedingungen und dem Anfallen von Rückzugsgebühren möglich ist, schließen Internet-Verträge ausdrücklich aus. Ein Händler, der während einer Auktion sein

erhält zudem in kürzester Zeit einen genauen Überblick, welche Art von Ware wo zurzeit verkäuflich ist. Hier ergeben sich in Verbindung mit hauseigenen Internet-Suchsystemen interessante Synergien. Dem Anbieter kommt zugute, dass die Internetauktionen vom Auktionshaus umfangreich beworben werden.

Im Gegensatz zu eBay wollen einige Auktionsunternehmen jedoch "echte" Mittler sein, d. h. nicht nur die Website zur Verfügung stellen, sondern auch den Zahlungsverkehr überwachen und insbesondere sicherstellen, dass der Bieter den Zuschlag nur erhält, wenn er vorher seine Zahlungsfähigkeit nachgewiesen hat.¹⁸¹⁶ Nach dem Zuschlag kassiert das Auktionshaus den Kaufpreis zuzüglich einem Aufschlag, entsprechend dem Käuferaufgeld der Saalauktion. Der Zahlungseingang wird dem Anbieter signalisiert, der dann die Ware versendet. Nach Ankunft der Ware beim Käufer übermittelt das Auktionshaus den Kaufpreis und die Namen der übrigen Teilnehmer an der Versteigerung dieses Lots an den Anbieter.¹⁸¹⁷

Das Auktionshaus übernimmt aber generell keine Vollstreckung von Ansprüchen des Anbieters gegen den Käufer. Die Haftung für die Echtheit und sonstigen Eigenschaften der Ware liegt ausschließlich beim Anbieter.¹⁸¹⁸ Darüber hinaus behalten sich Auktionshäuser in aller Regel vor, die Internetauktionen auch selbst mit Ware aus dem Haus zu bestücken, die dann von den hauseigenen Experten geprüft wird.¹⁸¹⁹

6.2.2.2 Geschichte

Die großen Erfolgsaussichten von Internetgeschäften generell und die Kursentwicklung der Aktien von Internetfirmen zog Mitte der 1990er Jahre eine Welle von Unternehmensgründungen mit dem Geschäftsfeld Internetauktionen nach sich. Das mittlerweile größte Internet-Auktionshaus ist das US-Unternehmen eBay,

angebotenes Stück privat über seinen Laden verkauft, wird von der weiteren Teilnahme ausgeschlossen (HUSSLEIN: 02.06.1999).

¹⁸¹⁶ THOMSON: 22.01.1999; GUERNSEY: 21.08.2000; STEPHAN: 17.02.2001. Dies geschieht durch Überprüfung der Kreditkarte (PICHLER: 02/1998; PRISTIN: 20.01.1999; WEIDELICH: 26.09.2000).

¹⁸¹⁷ Zwar muss der Kunde hierzu seine Zustimmung erteilen, dies aber nur einmal bei der Einrichtung seines Kundenzugangs, keineswegs bei jeder Teilnahme an einer Internetauktion (THACKRAY: 25.10.2000).

¹⁸¹⁸ CLAASSEN: 18.02.1999; CONGHAILE: 23.07.2000.

welches aus einer Tauschcke für Pez-Schachteln hervorgegangen ist.¹⁸²⁰ eBay versteigert in den USA selbst, im Ausland mit eigenen Tochterfirmen oder durch Zusammenarbeit mit regionalen Anbietern.¹⁸²¹

In Deutschland gab es rasch Nachahmer, z. B. wurde schon 1998 das Internetauktionshaus ricardo.de GmbH gegründet, welches jedoch hauptsächlich Lagerbestände von Herstellern und Großhändlern versteigerte.¹⁸²² Erst der Informationsdienst artnet.com begann im Frühjahr 1999 mit reinen Kunstauktionen.¹⁸²³ Nahezu zeitgleich veranstaltete der Zusammenschluss internationaler Auktionshäuser und Galerien namens "International Auctioneers (IA)" seine erste Internetauktion "Arts on Paper".¹⁸²⁴ Diese Vereinigung von Auktionshäusern wurde 1993 gegründet und hatte vor dem Sprung ins Internet einige gemeinsame Saalauktionen durchgeführt. Ziel des Zusammenschlusses war in erster Linie, über das Austauschen des Adressenverzeichnisses und die Übertragung der eigenen Auktionen in die Versteigerungssäle der Partner Kunden auf dem jeweils anderen Kontinent zu erreichen.¹⁸²⁵

Viele kleinere Versteigerer sicherten sich die Dienste von Unternehmen, welche Auktionen ins Netz übertragen, um die Investitionen für eigene Internettätigkeiten zu sparen.¹⁸²⁶

¹⁸¹⁹ JURY: 30.01.1999.

¹⁸²⁰ SWISHER: 21.03.2000; BECK: 31.03.2004.

¹⁸²¹ GUTH: 18./19.02.2000; HALL: 10.09.2000; SCHMUNDT: 01/2003.

¹⁸²² JUNG: 26/1999; FIEGE: 04.03.1999. Nach wenigen Monaten hatten allerdings die Kosten der Internetauktionen die finanzielle Basis des Unternehmens aufgebraucht. ricardo.de wurde vom britischen Wettbewerber QXL übernommen (CASSEY: 15.05.2000; MICHLER: 06.01.2001).

¹⁸²³ DECKER: 5/1999. artnet.com ist eine Tochter des New Yorker Unternehmens Artnet Worldwilde.

¹⁸²⁴ KRUMPL: 17./18.04.1999; STADEL: 13.05.2000; STADEL: 09.12.2000.

¹⁸²⁵ HENLE: 18.03.2000; SOMMER: 05/2000-2; HEISE-SAPPER: 08./09.03.2002. Mitglieder der IA sind das Wiener Auktionshaus Dorotheum, das Züricher Auktionshaus Galerie Koller, die Pariser Auktionsunternehmen Etude Tajan (bis 2000) und Artcurial, das Kölner Haus Lempertz, das italienische Haus Finarte Semenzato mit Niederlassungen in Florenz, Rom und Venedig, das Stockholmer Haus Bukowskis, das Madrider Haus Finarte, die New Yorker Swann Galleries und das Auktionshaus Butterfield&Butterfield aus San Francisco (bis 2002). (BENNETT: 03.05.1999; VALENTIN: 15./16.12.2000). 2001 wurde IA in eine geschlossene Gesellschaft umgewandelt; die Aktien wurden unter den Gesellschaftern aufgeteilt (Handelsblatt vom 19./20.01.2001; HERCHENRÖDER: 23./24.02.2001). Die bereits angeführten Zeitverzögerungen der Internet-Übertragung führen allerdings dazu, dass städteübergreifende Bietduelle eher die Ausnahme bleiben (HERCHENRÖDER: 09./10.06.2000; NEUMEISTER: 10.06.2000; IMDAHL: 07.12.2003).

Große Kunstauktionshäuser wie Sotheby's oder Christie's lehnten Auktionen im Internet für ihre Unternehmen zunächst ab. Nicht nur, dass man Zweifel hatte, damit die gewünschte "Hochpreis-Kundschaft" zu erreichen. Vor allem befürchtete man, dass diese Art der Versteigerung sich negativ auf die Höhe der Zuschläge auswirken könnte, da man nach wie vor davon ausgeht, dass sie maßgeblich durch die spezifische Atmosphäre des Auktionssaales bestimmt werden.

Nach einigen Probeläufen¹⁸²⁷ gab Sotheby's Mitte Januar 1999 aber diese Haltung auf und verkündete den Start eigener Internetauktionen nach dem eBay-Modell im selben Jahr.¹⁸²⁸ Den Kunsthändlern, denen man eine Zusammenarbeit angeboten hatte, ließ man sieben Tage Zeit, den Exklusivvertrag zu unterzeichnen. Sie bilden als "Gründungsmitglieder" die Sotheby's Internet Associates und verpflichteten sich, drei Jahre lang nur unter der Homepage dieses Hauses ihre Ware anzubieten. Für viele Anleger und Anteilseigner von Sotheby's wurde damit die seit der Übernahme 1983 bestehende Hoffnung verwirklicht, das amerikanische Management würde das Unternehmen revolutionieren.¹⁸²⁹

Der Zeitdruck zur Unterzeichnung stieß bei den Händlern jedoch auf große Verärgerung, der britische Verband der Kunsthändler beklagte sich öffentlich über eine "Taktik der Nötigung" und warnte seine Mitglieder vor einer übereilten Bindung an ein Haus.¹⁸³⁰ Mit dem Angebot des "Sotheby's-Exklusivvertrages" konfrontiert erkundigten sich viele der Händler bei Christie's nach deren Internetplänen und somit nach einer möglichen Alternative.¹⁸³¹ Derart in Zugzwang gebracht, teilte Christopher Davidge, damaliger CEO von Christie's, wenige Tage nach der Veröffentlichung der

¹⁸²⁶ Wie z. B. der damalige Marktführer e-auctionroom, welcher 0,5% des Umsatzes für seine Dienstleistung berechnete (ERBSLÖH: 24./25.03.2000). e-auctionroom stellte 2002 seine Tätigkeit ein (KOBEL: 07.03.2003).

¹⁸²⁷ Im Juli 1998 wurden Bücher, im Januar 1999 Werke junger, unbekannter Künstler von Sotheby's im Netz versteigert.

¹⁸²⁸ NEUMÜLLER: 15.01.2000; STEWART: 04.03.2000; BENSINGER/COSTELLO: 09.03.2000.

¹⁸²⁹ Zeitgleich wurde in der Presse über vermeintliche Verkaufsabsichten des Hauptanteilseigners Alfred Taubman spekuliert, so dass man die Veröffentlichung der Internetpläne für einen geschickten Schachzug hielt, den Aktienwert des Unternehmens vor einem Verkauf kurzfristig anzuheben (DOWARD: 31.01.1999). Tatsächlich stiegen die Aktien teilweise um bis zu 100%. Diese Steigerung erzielten die sog. "B-shares", die gegenüber den "A-shares" nur ein 10%iges Stimmrecht beinhalten, zwischen Oktober 1998 und Januar 1999 (FOSTER: 20.01.1999).

¹⁸³⁰ NISSE: 17.02.1999; JURY: 30.01.1999; NAHUM: 01.03.1999.

¹⁸³¹ BENNETT: 15.02.1999.

Konkurrenz der Presse mit, das Unternehmen werde ebenfalls ab September 1999 Internetauktionen durchführen.¹⁸³²

Nach Angaben von Sotheby's erklärten sich binnen einer Woche die 1500 führenden Kunsthändler der Welt zu einer exklusiven Zusammenarbeit bereit.¹⁸³³ Die Kritik der Händler beschränkte sich offensichtlich zum größten Teil auf die Vorgehensweise des Hauses. Speziell die Ausschließlichkeitsklausel wurde beanstandet, da die Entwicklung dieses neuen Geschäftsfelds nicht absehbar sei und ein Exklusivvertrag für den Händler ein unkalkulierbares Risiko bilde.¹⁸³⁴

Nachdem Sotheby's seinen Einstieg in das Geschäft der Internetauktionen unter Nutzung des eBay-Modells angekündigt hatte, betonte die Konkurrenz, allen voran Christie's, man werde auch in Zukunft ausschließlich Waren anbieten, die zuvor die eigenen Experten begutachtet und geschätzt haben. Ebenso abgelehnt wurden die Einführung von Händler-Exklusivverträgen sowie die Weitergabe der Kundennamen an den Anbieter. "Das Medium, durch das Christie's Gegenstände verkauft, soll das Recht der Kunden nicht herabsetzen, ihre Vertraulichkeit zu behalten", so Christopher Davidge, damaliger CEO von Christie's.¹⁸³⁵

Das Internetkonzept von Sotheby's wurde vor dem eigentlichen Start nochmals überarbeitet und erweitert. Das Unternehmen schloss im Juni 1999 eine Kooperation

¹⁸³² Nach Aussage von BERTZ: 12.07.1999 plante Christie's zunächst, Wein im Internet zu versteigern. Hier spielt die Virtualität keine Rolle, da auch eine Saalauktion dieser Ware virtuell sein kann: Der Wein lagert während der Versteigerung im Keller, in aller Regel in Italien oder Frankreich. Gescheitert seien diese Pläne an den Vorschriften zahlreicher Staaten, die den Alkoholverkauf z. B. aus Gründen des Jugendschutzes in dieser Form nicht gestatten.

¹⁸³³ DAESCHNER: 17.02.1999; HERCHENRÖDER: 21./22.05.1999. Diese Zustimmung wurde ihnen durch umfangreiche Rabatte versüßt: Die Mitglieder von Sotheby's Internet Associates mussten während der Geltungsdauer des Exklusivvertrages keine Verkäuferprovision zahlen und konnten ihre Internetgeschäfte mit einem Kreditkartenunternehmen zu von Sotheby's ausgehandelten, vergünstigten Konditionen abwickeln. Darüber hinaus erhielten sie eine Beratung bei der Anschaffung des notwendigen Computer-Equipments, aber auch Unterstützung bei den Kosten für den Transport, die Lagerung und die Versicherung der anzubietenden Ware. Letztlich nutzen sie auch die sonstigen Dienstleistungen des Hauses bevorzugt. So gab es auf das Katalogabonnement einen Nachlass in Höhe von 30%, die Provision für die Vermittlung jeder Einlieferung betrug 6% statt 4% der Zuschlagssumme. Der Internetumsatz konnte zudem mit dem Umsatz in Saalauktionen addiert werden, so dass er für die Provisionsberechnung voll zählte und zu günstigeren Provisionsabrechnungen führen konnte.

¹⁸³⁴ ZIELBAUER: 27.01.1999.

¹⁸³⁵ KOMAREK: 12.03.1999.

mit Amazon.com, dem größten Buchhändler im Internet.¹⁸³⁶ Es handelte sich hierbei um einen Vertrag mit einer Laufzeit von zehn Jahren, der durch den Kauf von Sotheby's-Aktien im Wert von US\$ 45 Mio. durch Amazon untermauert wurde.¹⁸³⁷ Interessant für Sotheby's war hier vor allem der auf 10 Mio. Besucher angewachsene Kundenkreis von Amazon.

Es zeigte sich allerdings bald, dass diese Auktionen nicht die Umsatzziele erreichten; die Gewinnschwelle wurde auch im ersten vollen Geschäftsjahr 2000 nicht annähernd erreicht.¹⁸³⁸ Sotheby's versuchte, durch die Konzentration der Internetabteilung auf New York als den einzigen Standort zur Konsolidierung des Geschäftsbereiches beizutragen.¹⁸³⁹ Diese Schwierigkeiten führten dazu, dass auch Christie's ein geplantes Internet-Engagement überdachte und die Arbeit am Projekt von reinen Internetauktionen einstellte.¹⁸⁴⁰

Nach der überraschenden Trennung von Amazon 2001 führte Sotheby's die Auktionen zunächst selbst durch, um sich im Juli 2002 mit eBay zu verbinden. eBay war nicht nur Pionier im Bereich der Internetauktionen, sondern weltweiter Marktführer und arbeitete zudem profitabel.¹⁸⁴¹ Allerdings sah man sich außer Stande, hochwertige Waren oder gar Kunstgegenstände zu verkaufen – die eigens eingeführte Seite „Great Collections“ wurde nach wenigen Monaten wieder eingestellt – und hoffte nun, mittels der Sotheby's-Kunden Zugang zu Kunstkäufern zu erhalten.¹⁸⁴²

Allerdings beförderte diese Allianz die Geschäfte auf der Sotheby's-Seite nicht in erhofftem Maße; als das Unternehmen aufgrund jahrelanger Verluste und der Strafen im Kartellprozess¹⁸⁴³ in eine Liquiditätskrise geriet, wurde das gesamte Internet-

¹⁸³⁶ ROLOFF: 19.06.1999; HELMORE: 05.12.1999; FRANKS: 14.01.2000; THORNCROFT: 17.07.2000.

¹⁸³⁷ SPECTOR (2000): 249f; USBORNE: 17.06.1999; MILNER/MARTINSON: 17.06.1999.

¹⁸³⁸ LOVENBERG: 06.01.2000.

¹⁸³⁹ HUGHES: 16.11.2000.

¹⁸⁴⁰ LABATE: 12.11.1999; THIBAUT: 02/2001; HERSTATT: 22.03.2001.

¹⁸⁴¹ BEATON: 16.11.1999; SCHMUNDT: 01/2003; DONEGAN: 02.03.2003.

¹⁸⁴² In der konkreten Umsetzung wurde die Website „eBay Premier“ mit der Sotheby's-Seite fusioniert. „Great Collections“ wurde vor der Verbindung mit Sotheby's auch von anderen Auktionshäusern bestückt (HERCHENRÖDER: 26./27.11.1999; HEISE-SAPPER: 29.08.2000; dpa-London: 23.01.2001).

¹⁸⁴³ Vgl. 3.2.5 – *Das Kartell*.

Engagement innerhalb weniger Wochen im Mai 2003 beendet.¹⁸⁴⁴ Insgesamt hatte die Unternehmung Sotheby's Verluste eingebracht, die sich nach Einstellung der Auktionen auf über US\$ 100 Millionen addiert hatten.¹⁸⁴⁵

6.2.2.3 Risiken und Chancen

Es stellt sich die Frage nach den Gründen des Scheiterns eines der größten Auktionsunternehmen. Offensichtlich ist der Absatz von Kunst über das Internet riskanter als erwartet, und sind Aufwand und Probleme von Online- Auktionen nicht zu unterschätzen - aus diesem Grund haben viele Veranstalter das Geschäft mit Auktionen begonnen, in denen sie nur an Händler verkauften.

Als größtes Problem erwies sich bislang die in der Tat fragwürdige Rentabilität – auch auf dem Kunstmarkt wird Geld vor allem in der Old Economy verdient.¹⁸⁴⁶ Die Kosten für Online-Dienste sind sehr hoch; der Veranstalter muss alle Gebote rund um die Uhr und in "Real Time" verwalten, so dass ein 24h-Service unumgänglich ist.¹⁸⁴⁷ Obwohl eBay einen hohen Warenumschlag verbuchen kann, erwirtschaftet das Unternehmen nur einen geringen Profit - für ein Auktionshaus nicht weiter ungewöhnlich, wohl aber für ein ausschließlich im Internet tätiges Unternehmen.¹⁸⁴⁸ Dieser 24h-Service kostet Geld, erhöht aber nur begrenzt die Bieterzahl: Es hat sich herausgestellt, dass ein prognostizierter Vorteil des Rolling Sale, nämlich durch den 24h-Servie die globalen Zeitunterschiede ausgleichen zu können, keiner ist; kurz vor Ende des Rolling Sale steigt die Zahl der abgegebenen Gebote drastisch an.¹⁸⁴⁹

¹⁸⁴⁴ HERCHENRÖDER: 16./17.03.2001; STEWART: 22.02.2003; THIBAUT: 07.03.2003. Der rasche Rücktritt von Diana D. Brooks wurde nicht zuletzt darauf zurückgeführt, dass sich das Unternehmen mit seinem Internet-Engagement finanziell wie marktstrategisch übernommen habe (HERCHENRÖDER (2000): 58).

¹⁸⁴⁵ BARNES: 08.08.2001; VOGES: 21.06.2003.

¹⁸⁴⁶ APPEL: 04.07.2000; SCHAERNACK: 23.01.2001.

¹⁸⁴⁷ MATTHIES: 29.12.1998. Bei eBay gehen pro Minute über 400 Gebote ein (MÜLLER VON BLUMENCRON: 13/1999).

¹⁸⁴⁸ Bei einem Umsatz von US\$ 47 Mio. und einem Gewinn von US\$ 2,4 Mio. wurden im Jahr 1998 Waren im Wert von US\$ 750 Mio. verkauft (MÜLLER VON BLUMENCRON: 13/1999; HANSELL: 26.09.1998).

¹⁸⁴⁹ Um dieses Problem zu umgehen, führte Sotheby's 2001 den "buy-now-button" ein, ein Feld, welches der Interessent anklicken konnte, um ausgewählte Objekte zu einem vorher festgelegten Preis aus der laufenden Auktion herauszukaufen (Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.08.2001).

Nun verkaufen Auktionshäuser in ihren Live-Auktionen zahllose Objekte im Niedrigpreissegment.¹⁸⁵⁰ Das Problem bei Internetauktionen ist, dass vor allem diese preisgünstige Ware gehandelt wird. Der Durchschnittspreis aller über Sothebys.com verkauften Lose lag im Jahr 2000 bei US\$ 1.438,--, bei den Losen der Live-Auktionen bei über US\$ 14.000,--.¹⁸⁵¹ Das bestätigt, was schon bei der Betrachtung des Internetabsatzes des Kunsthandels festzustellen war: Das Kaufverhalten im Netz verträgt sich nur schlecht mit dem eher elitären Kunstmarkt.¹⁸⁵² Die Kunstauktion im Internet findet daher vor allem junge Kunden, die ursprünglich vielleicht gar keine Auktionskäufer waren, sondern ihren Bedarf beim Trödler oder auf Märkten und Messen deckten. Auch schon vor dem Beginn der Internetauktionen wurden beispielsweise antiquarische Bücher sowie Drucke als über das Netz besonders gut absetzbar eingestuft.¹⁸⁵³ Das Angebot wurde aber auch bewusst deshalb im Niedrigpreissegment angesiedelt, da derartige Stücke leichter und schneller zu bearbeiten und zu beschreiben sind.

Neben dem Problem der Unmittelbarkeit¹⁸⁵⁴ zeigen sich auch systemimmanente Hindernisse: Zum einen sind derartige Prestige-Auktionen die Zugpferde der Auktionshäuser, was Umsatz, Reputation und Kundenbindung angeht. Diese Bühne wird man sich nicht nehmen lassen wollen. Zum anderen ist die Übertragungs- und Bildqualität nicht mit hochwertigen Katalogen zu vergleichen. "Im Internet sind in erster Linie dekorative Stücke erfolgreich", so Auktionator Michael Zeller.¹⁸⁵⁵

Auch der Handel wird sich darauf beschränken, geringwertige Ware in Internetauktionen zu platzieren, da er kein Interesse haben kann, in Hochpreissegmenten eine Markttransparenz herzustellen.¹⁸⁵⁶ Die Reise von unverkauften Stücken von einem Auktionshaus ins nächste würde sonst nicht mehr möglich sein.

¹⁸⁵⁰ THOMSON: 22.01.1999.

¹⁸⁵¹ BARKER/RUMP: 17.03.2001.

¹⁸⁵² HERSTATT: 22.03.2001; BLACKBURN: 14.02.2004. Vgl. 6.1.3.1 – Handel im Internet bzw. 6.2.2.3 – Risiken und Chancen.

¹⁸⁵³ NISSE: 17.02.1999.

¹⁸⁵⁴ Vgl. 6.1.3.1 – Handel im Internet bzw. 6.2.2.3 – Risiken und Chancen.

¹⁸⁵⁵ ZELLER: 19.07.1999.

¹⁸⁵⁶ SCHAERNACK: 12./13.03.1999; HERCHENRÖDER: 18./19.08.2000.

Allgemeine Sicherheitsrisiken des Internethandels gelten zudem selbstredend auch für Internetauktionen.¹⁸⁵⁷ Abgesehen davon, dass diese dem Auktionshaus neben schriftlichen und Telephoneboten eine weitere Möglichkeit bietet, die tatsächliche Gebotssituation zu verschleiern,¹⁸⁵⁸ kann die Anonymität des Internet vor allem für den Anbieter fatale Folgen haben, falls sich der vermeintliche Kunde im nachhinein als gar nicht ernsthaft interessiert oder als Betrüger erweist, oder die Beteiligten einer Transaktion nicht mit letzter Sicherheit zu identifizieren sind.¹⁸⁵⁹ Zudem erleichtert der Verkauf ausschließlich mittels digitaler Abbildungen den Absatz von Fälschungen.¹⁸⁶⁰ Nach Angaben der staatlichen US-Beschwerdestelle für Internet-Kriminalität (IFCC) bilden Internet-Auktionen mit 43% aller Beschwerdefälle die größte Gruppe.¹⁸⁶¹ Experten gehen von einer deutlich höheren Dunkelziffer aus, da sehr viele Geschädigte von einer polizeilichen Meldung absehen.¹⁸⁶²

Zum Schutz der Kunden und zur Sicherung haben die Auktionshäuser eigene Sicherheitssysteme installiert.¹⁸⁶³ Bei eBay z. B. kassiert jeder Teilnehmer von seinem Geschäftspartner Zuverlässigkeitspunkte, die bei jeder seiner Aktivitäten auf der eBay-Homepage auf dem Bildschirm erscheinen. Mängel an der Ware oder Unregelmäßigkeiten bei der Bezahlung führen zum Verlust der Punkte bis hin zum Auktionsausschluss.¹⁸⁶⁴ Amazon.com hat zudem als erstes Unternehmen ein eindeutiges Bekenntnis zum Datenschutz abgegeben und versichert, keine Kundendaten Dritten (außerhalb der Amazon.com-Unternehmensgruppe) zur Verfügung zu stellen.¹⁸⁶⁵

Absolute Sicherheit kann hingegen nur eine weltweit gültige, digitale Signatur bringen. 1997 ist in Deutschland hierzu ein Gesetz in Kraft getreten. Die digitale Signatur ist ein auf eine Person zugeschnittenes Verschlüsselungsprogramm, welches für das Internet die gleiche Wirkung haben soll wie eine eigenhändige Unterschrift

¹⁸⁵⁷ Vgl. 6.1.3.1 – *Handel im Internet*.

¹⁸⁵⁸ HERCHENRÖDER (2000): 32; ALBERGE: 12.01.2000; BOOTH: 09.04.2000.

¹⁸⁵⁹ HÄUSLER: 06/2000.

¹⁸⁶⁰ HOHMEYER: 03/2004.

¹⁸⁶¹ afp Washington: 11.04.2002.

¹⁸⁶² FREITAG: 31.03.2004.

¹⁸⁶³ KLEIN: 15./16.07.2000.

¹⁸⁶⁴ MÜLLER VON BLUMENCRON: 13/1999. Allerdings wurde dies in der Vergangenheit von Betrügern unterlaufen, die sich gegenseitig Punkte vergaben (SCHWARTZ/DOBRZYNSKI: 10./11.03.2001).

auf einem (Papier-) Dokument. Die Signaturen werden von Zertifizierungsstellen ausgegeben, welche wiederum vom Bundesamt für Sicherheit lizenziert werden. Zur Verschlüsselung der Person, die der unzweifelhaften Identifizierung dienen soll, benutzt man bis zu 12 verschiedene biometrische Verfahren. Diese untersuchen beim Eintritt ins Netz statische (Fingerabdruck, Irisform o. ä.) oder dynamische (Stimme, Lippenbewegung, Unterschrift, Tastenanschlag o. ä.) Merkmale des Benutzers.¹⁸⁶⁶

Als weitere Gefahr der Internetaktivitäten wird ein Schaden der Marke befürchtet.¹⁸⁶⁷ Einerseits baut man im Kampf um die Internetkunden auf die Kraft der Marke, denn Vertrauen flößen nur die Firmen ein, die bereits im Kunstgeschäft etabliert sind.¹⁸⁶⁸ Die weltberühmten Kunstversteigerer umgibt die Aura der Exklusivität, die auch nicht darunter leidet, dass die großen Häuser heute nahezu 80% ihres Umsatzes mit Gütern im Wert von weniger als US\$ 5.000,- machen.¹⁸⁶⁹ Dieser Umsatz wird nämlich auf ländlichen Versteigerungen oder im “lower-level-”Auktionsort¹⁸⁷⁰ des Betriebes erwirtschaftet. Der Grund dafür, dass diese vielen Auktionen nicht negativ imagebildend wirken, liegt schlicht darin, dass sie selten überregionale Aufmerksamkeit genießen und zudem ihre Kataloge nur wenige Abbildungen aufweisen. Mit “lower-level-”Auktionen im Internet könnte sich dies rasch ändern, da alle Stücke abgebildet werden müssen.

Trotz dieser Risiken bietet die Auktion im Internet jedoch auch Chancen. Nicht zuletzt versteigern heute mehr als 150 Auktionshäuser Ware im Internet, darunter auch renommierte Kunstversteigerer wie Bonham’s. Zu Beginn der Internetaktivitäten von Sotheby’s glaubte man, dass das Unternehmen künftig die Hälfte aller Positionen über das Internet veräußern könnte.¹⁸⁷¹

¹⁸⁶⁵ SPECTOR (2000): 268.

¹⁸⁶⁶ RAHLENBECK: 4/1999; WINKLER: 06.04.1999; FESTENBERG/KNEIP/SCHMUNDT/WELLERSHOFF: 30/2000.

¹⁸⁶⁷ BOOTH: 09.04.2000; SÜDMERSEN: 27.06.2000.

¹⁸⁶⁸ HERCHENRÖDER (2000): 33; ARTHUR: 06.07.2000; BARTELS: 27.07.2000; MANGELKRAMER: 28./29.09.2001; vgl. 2.1.6 – *Kunstmarkt und Luxusindustrie*.

¹⁸⁶⁹ THOMSON: 22.01.1999.

¹⁸⁷⁰ Christie’s South Kensington; Sotheby’s Olympia – vgl. 6.2.4 – *Der Kampf um den Mittelmarkt*.

¹⁸⁷¹ PRISTIN: 20.01.1999.

Kunstauktionshäuser haben bisher das Problem, dass in aller Regel rund 35% der Lose einer Auktion unverkauft zurückbleiben.¹⁸⁷² Die erhöhte Teilnehmerzahl im Internet kommt auch Stücken zugute, die sonst womöglich gar nicht zu einer Auktion zugelassen worden wären, da ihr Wert sich nur in bestimmten Regionen oder Ländern realisieren lässt, aber auch dann noch so gering ist, dass sich der Transport dorthin für den Anbieter nicht lohnt.¹⁸⁷³

Jedoch hat sich die anfängliche Euphorie bezüglich Internethandels merklich abgekühlt;¹⁸⁷⁴ im Auktionsbereich liegt die Verkaufsquote mit 15% deutlich unter den 65%-Quote von Saalauktionen.¹⁸⁷⁵ Trotzdem haben sich zahlreiche Umsatzprognosen erfüllt; die Schwierigkeiten des Geschäftsbereichs resultierten eher aus der schwachen Rentabilität.¹⁸⁷⁶

Abgesehen von reinen Internetauktionen ist das Netz für Auktionshäuser heute ein sehr wichtiges Informationsmedium, um auf das eigene Waren- und Dienstleistungsangebot aufmerksam zu machen.¹⁸⁷⁷ Nach wie vor werden nicht nur Auktionsdaten und -kataloge im Internet publiziert, sondern ermöglicht das Medium, Live-Auktionen zu verfolgen und Gebote online abzugeben.¹⁸⁷⁸

6.2.3 Neue Distributionskanäle

Ein großes Problem, welches die Auktionshäuser im Hochpreissegment haben, ist die schon mehrfach geschilderte hohe Zahl von nicht verkauften Stücken. Nach einem erfolglosen Angebot im Rahmen einer Auktion gelten die Stücke als “verbrannt”, was einer Unverkäuflichkeit gleichkommt. Hier liegt ein Vorteil eines großen Händlers,

¹⁸⁷² O’CONNOR: 29.10.1998; FABER-CASTELL: 04./05.04.2003; KOBEL: 04./05.04.2003.

¹⁸⁷³ Nicht immer bedeutet allerdings die Erhöhung der Zahl der Bieter eine Steigerung der Zuschlagssummen und umgekehrt: Eine der erfolgreichsten Auktionen aller Zeiten, die Versteigerung des Nachlasses von Jacqueline Kennedy-Onassis durch Sotheby’s in New York 1996, umfasste nur rund 660 Bieter im Saal und am Telefon (PRISTIN: 20.01.1999). Ohnehin ist auch die Teilnehmerzahl an einer Internetauktion technisch begrenzt (auf eine vierstellige Zahl von Teilnehmern; HOFFMANN: 17.03.1999).

¹⁸⁷⁴ HERCHENRÖDER (2000): 34.

¹⁸⁷⁵ RESSLER (2001): 157. O’CONNOR: 29.10.1998; FABER-CASTELL: 04./05.04.2003; KOBEL: 04./05.04.2003.

¹⁸⁷⁶ KOLDEHOFF: 04/2000-1.

¹⁸⁷⁷ VOGES: 21.06.2003; HERSTATT: 18.03.2004.

¹⁸⁷⁸ DAWE: 24.03.2000; PRESTON: 15./16.07.2000; SCHAERNACK: 07./08.02.2003; STEWART: 22.02.2003.

da er diskret anbieten und so eine öffentliche “Blamage” verhindern kann. Die internationalen Häuser haben ihre Gegenstrategie auf einer Ausweitung des Angebots aufgebaut und daher in der Vergangenheit immer wieder Galerien gekauft. Der Markt wird dadurch noch undurchsichtiger.¹⁸⁷⁹

So kaufte Sotheby’s 1996 die Galerie André Emmerich und stellte den Galeristen an; 1997 erwarb Sotheby’s 50% der Galerie Jeffrey Deitch.¹⁸⁸⁰ Die Galerie Emmerich allerdings wurde 1998 aufgelöst, nachdem man Zugang zur Kundendatei und zu den von Emmerich betreuten Künstler-Nachlässen erhalten und eigenen Kontakt zu den von der Galerie betreuten, noch lebenden Künstlern aufgebaut sowie Emmerich entlassen hatte.¹⁸⁸¹

Christie’s möchte sich zwar durch die Einrichtung der Vermittlungsabteilung “Christie’s Private”¹⁸⁸² eigentlich von der Taktik der geheimen Firmenverflechtung des Konkurrenten absetzen, steht aber im Verdacht, die New Yorker Galerie David Nash gekauft zu haben.¹⁸⁸³ Ebenfalls Baustein dieser Umarmungsstrategie war die Zusammenarbeit von Christie’s mit der Basler TEFAF; das Auktionshaus produzierte den Katalog und empfahl sich in einer beiliegenden Broschüre als Partner des Handels.¹⁸⁸⁴ Allerdings wurde die Kooperation 1998 nicht erneuert; seit 1999 wird diese Messe nicht mehr von der TEFAF-Gesellschaft, sondern unter dem Namen Cultura von der Schweizer Messegesellschaft selbst ausgerichtet.¹⁸⁸⁵

Die Auktionshäuser erwarten sich von derartigen Aktionen einen direkten Zugriff auf Künstler und deren aktuelle Produktion. Obgleich die Strategie sich eher gegen konkurrierenden Auktionshäuser und vor allem Galerien des Primär- wie Sekundärmarktes zu richten scheint, wird die von ihr ausgehende verstärkte

¹⁸⁷⁹ GRÜNEWALD: 27.12.1998.

¹⁸⁸⁰ HOLLEIN (2002): 131; STEPHAN: 19.10.1996; TRÖSTER: 12/1998.

¹⁸⁸¹ HERCHENRÖDER (2000): 23.

¹⁸⁸² PLANTA: 18.11.1999; BÜRKLIN: 24.12.1999.

¹⁸⁸³ Ein unbestätigtes Marktgerücht, was auf dem Umstand beruhte, dass Christie’s und Nash gemeinsam eine umfangreiche japanische Firmensammlung vermarkten (HEISE-SAPPER: 25./26.06.1999). Diese Zusammenarbeit ist insofern überraschend, als Nash bis 1998 Abteilungsleiter für Impressionismus bei Sotheby’s in New York war (LACEY (1998): 328)

¹⁸⁸⁴ HERCHENRÖDER (2000): 24.

¹⁸⁸⁵ EHRET: 01/2000; FABER-CASTELL: 17.10.2000.

Kommerzialisierung Auswirkungen bis in die Ausstellungspolitik der Museen haben.¹⁸⁸⁶

Dass die Strategie nicht immer aufgeht, zeigt das Beispiel von Spink, der ältesten Kunsthandlung der Welt (gegründet 1666) und seit Mitte der 1990er Jahre im Eigentum von Christie's stehend. Das Unternehmen kauft traditionell östliche Kulturgüter im Westen und verkauft sie in die Ursprungsländer zurück. Gegen Ende der 1990er Jahre machte sich erstmals eine starke Verknappung der Ware in der Beschaffung negativ bemerkbar. Im Falle der Konkurrenz von Auktion und Vermittlung durch die eigene Kunsthandlung versucht ein Auktionshaus generell, zunächst die Auktionen auszustatten - hier kommt zum Verkaufserfolg noch die Öffentlichkeitswirkung hinzu. Auf dem Beschaffungsmarkt wurde so die eigene Tochterfirma aufgrund der neuen Marktsituation zur ungewollten Konkurrentin. Die starke Spezialisierung auf asiatische Kunst ließ andererseits die Ausdehnung der Kunsthandlung auf andere, von der Verknappung nicht betroffene Geschäftsfelder wenig sinnvoll erscheinen. Hier hätte man zum einen erst einen Kundenstamm aufbauen müssen, zum anderen gab es mit „Christie's Private“ eine solche Kunsthandelsabteilung für Werke europäischer und amerikanischer Kunst längst.

Anlass einer grundlegenden Entscheidung war jedoch ein äußerer: Nachdem die Geschäftsleitung von Christie's große Umbau- und Nutzungsveränderungspläne für die Immobilie des Auktionshauses in St. James's hatte, ein vergleichsweise großer Teil allerdings von Spink blockiert war, wurde die Auflösung der problematischen, aber gleichzeitig wichtigsten Sparte bei Spink, japanische und chinesische Kunst, beschlossen. Die Lagerbestände wurden in Christie's Auktionen eingeliefert, die anderen, kleineren Abteilungen mussten in neue, kleinere Räumlichkeiten in Bloomsbury umziehen.¹⁸⁸⁷ Ein knappes Jahr später wurde dann dieser „Rumpf“ verkauft – der Wert dürfte lediglich noch im Firmennamen und der Kundendatei bestanden haben.¹⁸⁸⁸

¹⁸⁸⁶ HERCHENRÖDER (2000): 23.

¹⁸⁸⁷ BARKER: 20.03.2000; FRANKS: 24.03.2000; THIBAUT: 30./31.03.2001; THIBAUT: 28./29.07.2000.

¹⁸⁸⁸ BARKER/RUMP: 09.07.2001. Der Jahresumsatz war in der Zwischenzeit von £ 144 Millionen (Saison 1998/1999) auf £ 26,7 Millionen in der Saison 2000/2001 gefallen (THIBAUT: 10./11.08.2001).

6.2.4 Der Kampf um den Mittelmarkt

Dass der allgemeine Trend zur wirtschaftlichen Konzentration auch Auswirkungen auf den Kunstmarkt hatte, zeigen die Beispiele der Luxuskonzerne, welche auch Auktionshäuser besitzen, aber auch Zusammenschlüsse von kleineren Auktionshäusern wie die „International Auctioneers (IA)“.¹⁸⁸⁹

Im Fokus der Restrukturierungen der letzten Jahre von internationalen Häusern steht der sogenannte Mittelmarkt, auf dem Ware zwischen £ 10.000 und £ 100.000 umgesetzt wird.¹⁸⁹⁰ Dieser Markt wird von zahllosen Firmen bedient, welche sich in europäischen Kapitalen, vor allem aber in wirtschaftlich bedeutenden Zentren befinden, deren Kundenzugang aber selten über die Region oder Nation hinausreicht. Eine Zentrierung des Marktes auf London wie im obersten Segment konnte bislang nicht erreicht werden.

Die Unterschiede des Mittelmarktes zum obersten Marktsegment sind groß. Wichtigster Faktor ist der geringere Durchschnittspreis, welcher auf diesen Auktionen pro angebotenen Lot erzielt wird. Daher verbieten sich teure Maßnahmen, sei es im Bereich der Kataloggestaltung, sei es im Bereich von Marketingmaßnahmen – schließlich würde eine Verteuerung der Mittelmarktverkäufe einen wichtigen Grund der Aktivitäten der Multis angreifen, nämlich die günstigen Transaktionskosten.

Der Mittelmarkt ist aus mehreren Gründen auch für die Unternehmen des oberen Marktbereiches sehr interessant: Einerseits wird rund die Hälfte der Objekte in Mittelmarktauktionen von Kunden des Topsegments gekauft.¹⁸⁹¹ Somit bilden diese Auktionen ein geeignetes Mittel zur Kundenfindung wie –bindung.

Hinzu kommt, dass in diesem Wertbereich die Kommissions- wie Aufgeldstruktur besonders vorteilhaft gestaltet ist und in Einzelfällen dem Auktionshaus bis zu einem Drittel des Kaufpreises als Einkommen bringen kann. Das an sich schon hohe Niveau

¹⁸⁸⁹ FECHTER: 1/2000; EHRET: 8/2001.

¹⁸⁹⁰ The Antiques Trade Gazette vom 05.07.2003.

¹⁸⁹¹ RUMBLER: 09.12.2002.

der Einkünfte wird zudem nicht durch teure finanzielle Dienstleistungen wie z. B. Garantien, welche sich auf das Topsegment beschränken, geschmälert.¹⁸⁹²

Seit über 25 Jahren zeigt Christie's mit seiner Filiale in South Kensington, dass sich auch mit günstigeren Stücken und ungewöhnlichen Warenbereichen solide Profite erwirtschaften lassen.¹⁸⁹³ Der einzige Versuch von Sotheby's, eine vergleichbare Absatzschiene zu etablieren, scheiterte in den 1970er Jahren.¹⁸⁹⁴ Dieses kleinere Auktionshaus „Sotheby's Belgravia“ lag in dem Teil Londons gleichen Namens, einem sehr teuren und etablierten Viertel mit wenig Fußgängern. Von der studentischen, touristischen Quirlichkeit eines South Kensington war Sotheby's in Mayfair weit entfernt. Dieser Misserfolg legte schon damals die Vermutung nahe, dass es nicht reichte, nur günstigere Ware in den üblichen Warengattungen anzubieten. Die ungewöhnliche Ware, die Sammlungsgegenstände, Andenken, Pop- und Fußballartikel jedoch sind nur abzusetzen, wenn der Auktionsort jede Schwellenangst beim jungen Publikum vermeidet. Sotheby's bediente den Mittelmarkt seither nur durch Auktionen in der südenglischen Filiale in Billingshurst, wo allerdings keine Memorabilien oder Sammlungsgegenstände, sondern eher klassische Antiquitäten dieses Preissegments versteigert wurden.

Der anhaltende Erfolg von Christie's in South Kensington ließ den Konkurrenten nicht ruhen.¹⁸⁹⁵ Hinzu kam die drangvolle Enge im Stammhaus, die dazu führte, dass man Vorbesichtigungen nachts aufbauen musste – auch deshalb wurde jedes einzelne Stück zwischen Einlieferung und Auktion bis zu 16 Mal bewegt.¹⁸⁹⁶

Zunächst wurden Pläne zur Errichtung eines neuen Sotheby's-Auktionshauses nahe des Großflughafens Heathrow verkündet, in dem man frei von Platzmangel Ware aller Art günstiger absetzen können würde als in der Innenstadt.¹⁸⁹⁷ In Ermangelung

¹⁸⁹² THIBAUT: 03.07.2003-1.

¹⁸⁹³ VOGEL: 04.09.2003.

¹⁸⁹⁴ LACEY (1998): 193.

¹⁸⁹⁵ CHAFFIN: 16.11.2000; BENNETT: 20.11.2000.

¹⁸⁹⁶ MILNER: 19.11.2000; THORNTON: 20.11.2000; MOORE: 31.08.2001.

¹⁸⁹⁷ Die dort geplante Industriearchitektur wurde in Volksmund und Presse McSotheby's betitelt (FRANKS: 19.01.2001).

der notwendigen Mittel wurde die Ausführung zunächst zurückgestellt, später aufgegeben.¹⁸⁹⁸

1999 plante man hingegen ein neu zu bauendes, modernes Auktionszentrum in der City, welches die Auktionen der oberen Kategorien wie auch die des Mittelmarktes aufnehmen sollte.¹⁸⁹⁹ Die kartellrechtlichen Ermittlungen gegen Christie's und Sotheby's¹⁹⁰⁰ und die damit verbundenen finanziellen Aufwendungen schränkten jedoch seit Januar 2000 den finanziellen Spielraum des Unternehmens extrem ein; der Plan wurde fallengelassen.¹⁹⁰¹

Im Sommer 2001 wurden erstmals Pläne verwirklicht: Sotheby's eröffnete eine kleine Filiale auf dem Messegelände Olympia im Londoner Westen, wo dreimal jährlich auch die Antiques&Fine Arts Fair abgehalten wird.¹⁹⁰² Um die Kosten gegenüber den früheren Planungen geringer zu halten, hat das Unternehmen dort kein Auktions-„Haus“ erstellt, sondern eine Etage einer Messehalle angemietet.¹⁹⁰³ Das Hauptquartier in der New Bond Street wurde beibehalten und bietet seither den Rahmen ausschließlich für Auktionen des gehobenen Marktsegments.¹⁹⁰⁴ Mit dem Beginn der Auktionen in Olympia im September 2001 wurden die Auktionen mit Ware des mittleren Preisbereichs in Billingshurst eingestellt.¹⁹⁰⁵ Da die Olympia-Messe von der Händlerschaft als „backbone of the British art and antiques trade“¹⁹⁰⁶ angesehen wird, war man dort von der Sotheby's-Konkurrenz wenig begeistert, zumal die Messeveranstalter zu dieser Zeit den Namen Olympia international als Begriff für *die* englische Messe zu vermarkten begannen.¹⁹⁰⁷ Als sich die Einsparungen als

¹⁸⁹⁸ Obgleich man bereits das renommierte Londoner Maklerbüro Frank Knight mit dem Verkauf des Stammhauses in der New Bond Street beauftragt hatte (MATHIASON: 06.05.2001).

¹⁸⁹⁹ MATHIASON: 06.02.2000; BENNETT: 13.03.2000.

¹⁹⁰⁰ Die Aufwendungen waren für Sotheby's höher, da das Unternehmen außer der auch von Christie's gezahlten Kundenentschädigung auch eine Strafe zahlen musste.

¹⁹⁰¹ MATHIASON: 05.03.2000; THIBAUT: 19.12.2000.

¹⁹⁰² THIBAUT: 13.06.2001; VILLINGER: 08.09.2001.

¹⁹⁰³ FRANKS: 19.01.2001; THIBAUT: 04.09.2001.

¹⁹⁰⁴ DOWARD: 20.05.2001.

¹⁹⁰⁵ Lediglich Gartenstatuen und Parkbänke bietet man weiterhin in Billingshurst an (STEWART: 02.09.2001).

¹⁹⁰⁶ BENNETT: 26.02.2001.

¹⁹⁰⁷ BENNETT: 26.02.2001.

geringer als erwartet zeigten, wurden drei der dortigen Abteilungen wieder in die New Bond Street verlegt.¹⁹⁰⁸

Die gegensätzliche Entwicklung zeigt sich bei Christie's. Dort macht man seit langer Zeit die Erfahrung, dass die extrem teuren Zentralen im Londoner Kunsthandelsviertel St. James's oder im New Yorker Rockefeller Center mit den „High-End“-Auktionen nicht wirklich ausgelastet sind.¹⁹⁰⁹ Um eine durchgehende Nutzung der Auktionssäle zu ermöglichen, wurde zunächst in der Sommerpause 2001 der New Yorker Mittelmarkt-Ableger Christie's East nach Manhattan verlegt und mit der Hauptniederlassung im Rockefeller Center vereinigt. Für die kleineren Auktionen bedeutete der Umzug eine Aufwertung, die eleganten Abendauktionen werden durch den Alltagsbetrieb nicht gestört, da dieser ausschließlich tagsüber und in anderen, kleineren Räumlichkeiten stattfindet.

Wenig erstaunlich, dass man eine solche Lösung auch für London diskutierte. Im Gebäudekomplex an der King Street verfügte das Unternehmen allerdings nicht über amerikanische Platzreserven - vielmehr hatte man hier erst notdürftig Platz für Büro- und Lagerraum geschaffen, indem man kleinere Abteilungen nach South Kensington umgesiedelt hatte. Und auch im dortigen Gebäude stößt der Auktionsbetrieb seit langem an seine räumlichen Grenzen.

Es wurde daher die Aufgabe der traditionellen Standorte in der King Street und in South Kensington sowie eine Zusammenlegung der beiden Sparten an einem neuen, dritten Ort ins Auge gefasst.¹⁹¹⁰ Dieser Ort durfte nicht weniger vornehm sein als die Örtlichkeiten in St. James's, in denen das Unternehmen immerhin seit 1823 logiert, und sollte möglichst mehr Raum bieten als King Street und South Kensington zusammen. Die Wahl fiel auf ein spätklassizistisches Stadtpalais direkt an der Themse und somit nur unweit vom bisherigen Hauptsitz entfernt, das Somerset House. Das Gebäude hatte sich in den letzten Jahren bereits zu einem Kunstzentrum gewandelt und bietet auch der berühmten Courtauld-Sammlung und dem dazugehörigen kunstwissenschaftlichen Institut Raum. Außerdem werden in Somerset

¹⁹⁰⁸ In der britischen Presse wurde irrtümlich verbreitet, dass man mit Auslaufen des Mietvertrages Ende 2006 den Standort wieder aufgeben würde (BENNETT: 15.12.2003).

¹⁹⁰⁹ MOORE: 28.03.2001.

House die Gilbert Collection und Sammlungsbestände des Heritage Museums gezeigt.¹⁹¹¹ Nach einer Hochphase der Spekulationen war es um dieses Projekt allerdings wieder auffallend still geworden. Das Management prüfte verschiedene Möglichkeiten, halte sich aber auch den Verbleib in St. James's offen, so die offizielle Haltung.¹⁹¹² Auch hier dürfte die von den Schadensersatzzahlungen des Kartellprozesses betroffene finanzielle Basis des Unternehmens zur stillschweigenden Aufgabe der ambitionierten Pläne geführt haben.

Einen gänzlich entgegengesetzten Weg wählten Phillips und Bonhams, beide an sich klassische Anbieter des Mittelmarktes. Bonhams, gegründet 1793 und seither in Familienbesitz, musste erkennen, dass ein unabhängiges Überleben schwieriger sicherzustellen sei als in einem Zusammenschluss mit einem Partner. Seit Ende der 1990er Jahre wurde über potentielle Käufer wie Verkäufer spekuliert – selbst Christie's soll an einer Übernahme interessiert gewesen sein, um Bonhams mit der Niederlassung in South Kensington zu fusionieren. Aber auch diverse Londoner Kunsthändler oder sogar der Komponist Sir Andrew Lloyd-Webber wurden als künftige Eigentümer genannt.¹⁹¹³

Der wenig spektakuläre Fusionspartner war dann allerdings Robert Brooks, der aus einem Ladengeschäft für Oldtimer-Fahrzeuge seit 1989 eines der führenden Auktionshäuser im Automobilbereich entwickelt hatte. Durch den Zusammenschluss entstand 2000 das nunmehr viertgrößte Auktionshaus Bonhams&Brooks.¹⁹¹⁴

¹⁹¹⁰ BENNETT: 02.04.2001.

¹⁹¹¹ BENNETT: 31.01.2001; MOORE: 28.03.2001; THIBAUT: 30./31.03.2001.

¹⁹¹² RUMBLER: 09.12.2002. Für den Eigentümer hätte dieser Umzug vor allem einen Vorteil geboten. Er hätte die Immobilien in St. James's, einem der teuersten Viertel von London, in der Folge anderweitig vermarkten können. Seit der Übernahme durch Francois Pinault wurde über eine Umnutzung dieser Immobilien spekuliert. Für gewisse Abteilungen ließ sich eine einfache Rechnung aufstellen. Die Abteilung belegt eine gewisse Anzahl Quadratmeter in St. James's und macht einen gewissen Umsatz. Sobald die zu erzielende Miete für diese Quadratmeter über dem Betrag des Umsatzes der Abteilung liegt, ist der Betrieb als Büro eines Auktionshauses unter Gesichtspunkten des Investment nicht sinnvoll. Die spekulierte Nutzung als Luxushotel wurde jedoch nicht realisiert, da man errechnet haben wollte, dass eine kombinierte Nutzung aus Büros und Luxusappartements einen höheren Profit bedeuten würde (BAR-HILLEL/DAVIES: 09.04.2001).

¹⁹¹³ BENNETT: 28.02.2000-1.

¹⁹¹⁴ CLARK: 13.09.2000; THIBAUT: 15./16.09.2000; ALBERGE: 13.09.2000.

Dieser Zustand währte nicht lange. Im Juli 2001 verständigten sich Phillips und Bonhams&Brooks über einen Zusammenschluss. Die neue Firma Bonhams besteht zu 50,1% aus Bonhams & Brooks, zu 49,9% aus den kleineren Abteilungen von Phillips, welche zu diesem Zeitpunkt LVMH gehörten.¹⁹¹⁵ Der Name Phillips ist somit aus dem Mittelmarkt verschwunden; eine schwierige Entscheidung angesichts einer 200-jährigen Tradition vor allem in der englischen Provinz. Die neuentstandene Firma Bonhams hat ihren Sitz in den ehemaligen Bond-Street-Räumlichkeiten von Phillips, welches sich komplett aus London zurückgezogen hat – lediglich eine Repräsentanz befindet sich noch dort (in der Grosvenor Street). Versteigerungen finden nur noch in New York und Genf statt.¹⁹¹⁶

Nach dem Rückzug des Phillips-Hauptaktionärs LVMH wurde Bonham's zum „Drittgrößten Auktionshaus der Welt“ und hat zur Sicherung seiner Position im Sommer 2002 eines der renommiertesten US-amerikanischen Versteigerungsunternehmen übernommen, die Firma Butterfields mit Sitz in San Francisco und Los Angeles.¹⁹¹⁷

Die Neuentdeckung des Mittelmarktes wird dazu führen, dass die großen Häuser sich künftig nachhaltig und noch professioneller diesem Marktsegment widmen werden. Der Markt, auf dem es Anteile zu erobern gilt, ist jedoch im Gegensatz zum Topsegment nicht wirklich international. Daher werden die neuen Strukturen eher Londoner sowie britische Wettbewerber betreffen als andere europäische Unternehmen – „Es muss nicht gleich Christie's sein“, findet auch Kunstmarktautorin Felicitas Kunth.¹⁹¹⁸

Für den Standort London wird diese Entwicklung allerdings weitreichende Folgen haben. Bislang machte das auch räumlich dichte Netzwerk von Auktionshäusern und Galerien im Viertel St. James's nicht nur das Flair dieses Kunstmarktes aus, sondern half allen Mitgliedern dieser Szene – Konkurrenz belebt eben das Geschäft. Von diesen Strukturen, welche von den Einkünften aus dem obersten Marktsegment unterhalten werden, profitierte natürlich auch der Mittelmarkt. Da Phillips seine

¹⁹¹⁵ THORNCROFT: 13.07.2001; FINCH: 14.07.2001; vgl. 2.1.6.3 – *Das Schlachtfeld Kunstmarkt*.

¹⁹¹⁶ SCHÜRENBERG: 03.02.2001; THIBAUT: 17.07.2001.

¹⁹¹⁷ THIBAUT: 09./10.08.2002.

Räume in der New Bond Street schon aufgegeben und Sotheby's einen großen Teil der Auktionen ausgelagert hat, werden immer weniger Händler bereit sein, die durch die massive Ansiedlung internationaler Modeunternehmen in den letzten Jahren dramatisch gestiegenen Mieten dieses Viertels zu zahlen. Vielleicht wird, wie schon in New York, der „Kunstzirkus“ einfach ein paar Straßen weiter ziehen, vielleicht wird sich aber auch dieser einzigartige Kosmos auflösen und zerstreuen. Ein ausländisches Unternehmen, welches sich ein regionales oder gar nationales Publikum erobert und sich möglicherweise sogar auf einzelne Warengattungen spezialisiert hat, werden die Umwälzungen nicht betreffen.

6.2.5 Kundenkontakte auf dem Absatzmarkt

Die Instrumente der Gewinnung von Kundenkontakten auf dem Absatzmarkt haben bei den Auktionshäusern einen sehr hohen Stellenwert. Dies ist - gemessen an der Tradition des Auktionswesens - eine relativ neue Entwicklung. Ursprünglich lag der Schwerpunkt der Unternehmungen im Bereich der Beschaffung. Bezüglich des Absatzes vertraute man auf die Qualität seines Angebots. Obwohl heute die Beschaffung in gewissen Qualitätsregionen auch in Anbetracht der harten Konkurrenz für schwieriger als der Absatz gehalten wird, überwiegen die Maßnahmen zur Sicherung des Absatzes. Diese Gewichtung ist derart groß, dass sie nicht mit der These „Maßnahmen zur Absatzförderung sind auch Maßnahmen zur Beschaffungsförderung“ und dem Hinweis auf die Referenzpolitik erklärt werden kann. Die Erklärung liegt vielmehr in dem Umstand, dass man durch geschicktes Marketing den Wert eines impressionistischen Meisterwerkes wesentlich leichter als das Ergebnis einer Möbel- oder Porzellanauktion verdoppeln kann.¹⁹¹⁹

Das über den Handel Ausgeführte zum Kontaktinstrument der Mundpropaganda gilt selbstredend auch für die Auktionshäuser. Die großen, berühmten Häuser haben hierbei den Vorteil, dass das Netzwerk von interessierten Kunden generell größer ist – sie haben mehr Kunden und diese sowie deren Umwelt ist aufgrund des Nimbus der Marke interessierter an den Neuigkeiten des Auktionshauses betreffend.

¹⁹¹⁸ KUNTH: 02/2003.

¹⁹¹⁹ MONCRIEFF: 02/2000.

6.2.5.1 Das Käuferaufgeld

Der Grund für die Aktivitätssteigerung im Absatzbereich liegt vielmehr darin, dass seit einigen Jahren die Häuser am Absatz mehr verdienen als auf dem Beschaffungsmarkt, da auch die Käufer die Dienstleistung der Auktion entlohnen: Mit dem Käuferaufgeld.

Sotheby's entschloss sich zu seiner Einführung, als das Unternehmen 1973 infolge der Ölkrise in finanzielle Schwierigkeiten geraten war. Zuvor war der Kauf auf einer Auktion für den Käufer aufpreisfrei gewesen; das Einkommen des Versteigerers kam aus der (Verkaufs-) Kommission. Lediglich einige kleinere kontinentaleuropäische Häuser hatten diese Praxis schon früher eingeführt. Christie's hatte von der Entwicklung beim Konkurrenten Kenntnis erhalten und führte das Käuferaufgeld in derselben Woche ein.¹⁹²⁰

Dieses Aufgeld hat den Markt nachhaltig verändert. Kam ursprünglich das Einkommen des Auktionshauses ausschließlich vom Verkäufer, zahlt es nun großteilig der Käufer. Das Käuferaufgeld hat es den großen Häusern ermöglicht, den Konkurrenzkampf auch auf die Verkäuferkommission auszudehnen - mit der Folge, dass diese insgesamt sank. Das wiederum musste das Käuferaufgeld ausgleichen. Da der Beschaffungsmarkt relativ begrenzt ist, musste der Absatzmarkt vergrößert werden, um die Einnahmen zu erhöhen. Hier liegen die Wurzeln der aktuellen Entwicklung, dass sich die Auktionshäuser so massiv um den Direktkunden bemühen. Ganz am Rande sei vermerkt, dass Händler, welche nach wie vor ungefähr die Hälfte der Objekte erwerben, von vielen Auktionshäusern ein günstigeres Aufgeld berechnet bekommen – für sie bedeutet schließlich jede Einführung und Erhöhung von Aufgeld eine Schmälerung ihrer Marge.¹⁹²¹

6.2.5.2 Instrumente

Die Rechnung, dass der Direktkunde frei vom Zwang eines Weiterverkaufs höhere Preise bietet als der konkurrierende Händler, geht in aller Regel nur bei aufwendig

¹⁹²⁰ WATSON (1992): 353.

inszenierten Auktionen auf. Dies sind in erster Linie die Auktionen mit der Ware der Spitzenklasse sowie Auktionen, bei denen die Provenienz der Stücke im Vordergrund steht, wie z. B. Nachlass- oder Schlossauktionen. Bei allen anderen Versteigerungen liegt das Niveau der Zuschläge immer noch deutlich niedriger als das der Preise, die die Stücke im Handelsverkauf erzielen.

Da es sich bei der Ware der Kunstversteigerer nicht um beliebig herstellbare Produkte handelt, muss auch ihr Marketingkonzept einer wesentlich komplexeren Aufgabenstellung folgen. Und für den Geschäftserfolg einer Auktion ist die geschickte Inszenierung von ausschlaggebender Wichtigkeit. Je nach Bedeutung der zu versteigernden Objekte bzw. des Einlieferers müssen rechtzeitig geeignete Werbemaßnahmen eingeleitet werden.

Eine möglichst große Zahl von preistreibenden Bietkonkurrenten auf die Auktionsware aufmerksam zu machen, ist eine der Hauptleistungen, zu denen sich das Auktionshaus im Versteigerungsvertrag verpflichtet. Dies steht im Gegensatz zum Handel, der als Eigentümer oder Kommissionär der Ware selbst entscheiden kann, welche Maßnahmen zur Absatzförderung er ergreift.¹⁹²² Das Auktionshaus hat hingegen jede zumutbare Gelegenheit zu ergreifen, Werbung für die Ware zu machen.

Wie alle Unternehmen arbeiten auch die Versteigerer mit allen Mitteln der Public-Relations-Kunst. Auch dies war nicht immer so. Bis 1958 wurde die Presse speziell von den internationalen Häusern mit "eisiger Gleichgültigkeit"¹⁹²³ behandelt. In diesem Jahr wurde Peter Wilson Direktor bei Sotheby's und reorganisierte die Firma nach modernen Management-Gesichtspunkten. Rasch erkannten Sotheby's und alle konkurrierenden Unternehmen, dass die Wahrnehmung des Hauses in der Öffentlichkeit einerseits vom Unternehmen selbst bestimmbar ist, andererseits ein bestimmtes Gefühl, ein Begehren beim Publikum hervorrufen kann. Der Erfolg dieser Hinwendung zur Imagepolitik ist heute sichtbar: Das klar umrissene Profil, das von

¹⁹²¹ HEINICK: 05.01.2002.

¹⁹²² FABER-CASTELL: 23.04.1997.

¹⁹²³ WRAIGHT (1966): 124.

Hochwertigkeit, Sicherheit, Distinguiertheit und Luxus geprägt ist und die großen Auktionshäuser umgibt.

Zu den wichtigsten PR-Maßnahmen gehören Inserate in Fachzeitschriften sowie in internationalen, überregionalen und ortsansässigen Zeitungen.¹⁹²⁴ Häufig kann einerseits das Auktionshaus, andererseits der Leser feststellen, dass die zwei Märkte, auf denen sich die Printmedien verkaufen, doch nicht völlig unabhängig voneinander sind und die Inseratschaltung eine redaktionelle Besprechung zur Folge hat. Seit längerer Zeit treten Auktionshäuser auch als Sponsoren von Kultur- oder Sportveranstaltungen auf.¹⁹²⁵ Die Internet-Auktionshäuser lassen unter Umständen den Netzanbieter für sich werben.¹⁹²⁶

Ebenfalls in den Bereich der PR fallen alle Arten von Auktionskalendern. Hier gibt es eine Bandbreite von Eigenpublikationen, die neben dem Auktionskalender in der Art redaktioneller Beiträge die wichtigsten Versteigerungen vorstellen,¹⁹²⁷ über Zusammenstellungen der Presse bis hin zu reinen Listenorganen, die nur Auktionstermine im chronologischen Ablauf veröffentlichen.¹⁹²⁸ Für Kunsthandelszentren wie London veröffentlichen einige Auktionshäuser sogar Führer zu allen Kunstereignissen eines Monats – Auktionen, Vernissagen, Ausstellungen, Messen etc.¹⁹²⁹ In diesem Zusammenhang wird auch über Veranstaltungen von Mitbewerbern berichtet.

Ein Angebot zur Erleichterung der Übersicht über Ware und Auktionen sind die Suchlisten der Auktionshäuser. Auf diesen kann sich der Sammler sein Sammelgebiet eintragen lassen und wird vom Haus benachrichtigt, wenn ein diesbezügliches Stück zur Versteigerung kommt. Verfügt der Kunde über einen Internetanschluss, erhält er die Benachrichtigung per e-Mail, an die eine Datei mit Informationen über das

¹⁹²⁴ Einzelne Versteigerungen werden zudem durchaus auch saisongerecht beworben. So versuchen die Häuser, Auktionen auch als Quelle für Weihnachtsgeschenke zu etablieren und passen ihre Werbung in dieser Zeit dem Anlass des Geschenks an (GREGORY: 06.12.1998).

¹⁹²⁵ PACHER-THEINBURG: 3/1999; vgl. 4.1.5 – *Museale Dokumentation*.

¹⁹²⁶ So verband sich eBay im März 1999 mit American Online (AOL), um sich bei AOL-Nutzern bewerben zu lassen (MÜLLER VON BLUMENCRON: 13/1999).

¹⁹²⁷ z. B. Christie's Magazine, Sotheby's Preview, Carola van Ham Intern. Allein die beiden Erstgenannten erscheinen jeden Monat in einer Auflage von zusammen ca. 100.000 Exemplaren.

¹⁹²⁸ z. B. The Boulay 300, eine monatlich erscheinende Liste, die dem Abonnenten die Übersicht über mehr als 300 Auktionen bietet, sowie Auction News, das Organ des Weltverbandes International Auctioneers.

¹⁹²⁹ z. B. der Christie's Guide to London Art Events, welcher jedes Quartal erscheint.

gesuchte Stück angehängt wurde; ansonsten wird ein einfacher Formbrief versendet, dem nur bei wichtigen Kunden der betreffende Katalog als Druckerzeugnis beigelegt wird.

Auf den Homepages der Auktionshäuser kann sich der Besucher über die Waren- und Dienstleistungsangebote der Häuser sowie über Details des Auktionsprozesses informieren. Die regulären Kataloge der Saalauktionen sind schon seit Ende der 1990er Jahre online erhältlich, ebenso sind die Suchlisten über die Homepage zu bedienen. Zu den Lots einer Auktion kann sich der Kunde per E-Mail einen Zustandsbericht zusenden lassen. In der Entwicklung befinden sich zudem elektronische Einkaufsberater, die mit Hilfe von Nutzerprofilen dem Kunden bei der Suche nach den gewünschten Produkten helfen und ihm von sich aus Waren anbieten, die seinen Vorstellungen entsprechen.¹⁹³⁰

Bei großen Auktionen wird die Ware gern auf eine Ausstellungstournee geschickt. Diese macht in den großen Städten des Hauptabsatzmarktes oder am Ort der Herstellung eines herausragenden Werkes Station.¹⁹³¹ Für diejenigen Häuser, welche ihre Hauptniederlassungen in London und New York haben, ist ein Austausch zwischen diesen beiden Orten eine Möglichkeit, die Kundschaft auf dem anderen Kontinent zu erreichen; die Ware der Londoner Auktionen wird in New York gezeigt und umgekehrt. Da am jeweils anderen Ort Räumlichkeiten und eingespieltes Personal vorhanden sind, ist diese Art der Vorbesichtigung eine vergleichsweise kostengünstige Alternative zu einer Tournee, welche an mehreren Orten gastiert.

Für das Unternehmen bietet sie neben der reinen Warenpräsentation die Möglichkeit, durch die Veranstaltung von Empfängen, Previews etc. einen Anlass zu schaffen, an Kunden heranzutreten und diese durch eine Einladung an das Unternehmen zu binden.

Eine spezielle Art der Tournee wird gern zur Bewerbung von Juwelenuktionen unternommen. Da es sich bei Schmuck um einen klassischen Modeartikel handelt, ist

¹⁹³⁰ STAUDT: 04/1999.

der Kontakt des potentiellen Käufers mit dem Original hier besonders wichtig: Eine Interessentin möchte das Stück vor dem Kauf anprobieren. Dies ermöglichen Dinnereinladungen, bei denen die Juwelen zunächst in Vitrinen gezeigt und in Fachvorträgen erläutert, zwischen den Gängen des Essens aber von Mitarbeitern des Auktionshauses herumgereicht und so von den weiblichen Gästen anprobiert werden können.¹⁹³²

Kurz vor der Auktion kommt die Kenntnis des Auktionshauses von Sammlern und deren Sammlungen zum Tragen. Kennt man diese, kann man einzelnen Sammlern Vorschläge zur Ergänzung oder Verbesserung der Sammlung aus dem aktuellen Sortiment machen. Speziell bei wichtigen Stücken ist dies die geeignete Methode, über eine reine Information die Schwellenangst oder das allgemeine Desinteresse des Kunden zu überwinden.¹⁹³³

Die letzte Anstrengung für den Absatz wird unternommen, wenn alle anderen Mechanismen und Strategien versagt haben und das Stück in der Auktion durchgefallen ist. Es wird ein Nachverkauf angeboten, in dem das Lot zu einem Gebot des Kunden erworben werden kann.¹⁹³⁴ Dieser Nachverkauf hat eine hohe wirtschaftliche Bedeutung; er bewegt bei manchen Auktionen weitere 10% des Angebots.

Für viele Kunden ist der Nachverkauf schon zur Gewohnheit geworden: Nachzuschauen, was noch vorhanden ist und ohne den Zeitdruck und die Konkurrenz einer Auktion einzukaufen. Seiner Bedeutung entsprechend wird dieser Nachverkauf in kleineren Häusern auch wieder dekoriert, d. h. die Waren werden in der Pause zwischen den Auktionen ausgestellt.¹⁹³⁵ In zahlreichen Auktionshäusern sind immer

¹⁹³¹ So zeigte beispielsweise Sotheby's das Aquarell "Blick auf Heidelberg mit Regenbogen" von William Turner im Kurpfälzischen Museum des Entstehungsortes Heidelberg (Handelsblatt vom 24.04.2001).

¹⁹³² Das Problem des Ausprobierens stellt sich auch bei Oldtimer-Automobilen und Musikinstrumenten, was zur Folge hat, dass in diesen beiden Bereichen der Anteil von Händlern und Investoren auf der Käuferseite besonders hoch ist (HERSTATT: 06.03.2003; COLE: 10./11.01.2004).

¹⁹³³ PEERS: 17.05.2000; MELIKIAN: 11./12.11.2000.

¹⁹³⁴ Bei den Häusern, die ein Limit im Katalog veröffentlichen, ist dieses der feste Nachverkaufspreis. Bei allen anderen muss der Eigentümer befragt werden, falls das Gebot des Kunden unter dem geheimen Limit liegt.

¹⁹³⁵ Die großen Häuser hingegen können aufgrund der hohen Frequenz der Auktionen keine Ausstellung des Nachverkaufs bieten. Hier ist der "After-Sale" ein reiner Katalogverkauf.

Stücke ausgestellt, entweder diejenigen des Nachverkaufs oder die der kommenden Auktion, so dass man gleichzeitig vorbeichtigen und einkaufen kann. Für die Konkurrenz zum Handel spielt dies eine wichtige Rolle: Dem Kunden wird die Planung erspart, wann er im Auktionshaus eine Ausstellung vorfindet. Das Auktionshaus ist der Ort, wo man immer kaufen kann - von der Auktionsfrequenz völlig losgelöst. Auktionator Michael Zeller beschreibt diese Art des immerwährenden Nachverkaufs als Handelsverkauf, bei dem der Händler die Ware nicht mehr ankauft, sondern nur noch in Kommission hat.¹⁹³⁶

Der Dauerverkauf ist nur ein Aspekt einer langfristigen Planung aller größeren Häuser: Der Event-Charakter der Auktion soll über den eigentlichen Versteigerungssaal hinaus ausgedehnt werden. So ergänzen schon heute Buchläden, öffentliches Katalogarchiv und Restaurants das Angebot der Auktionshäuser. Robert Lacey nennt diese Häuser treffend "lifestyle-market".¹⁹³⁷

6.2.6. Kundendienst

Ureigenster Kundendienstbereich der Häuser ist das Vornehmen von Schätzungen. Darüber hinaus offerieren die Unternehmen nicht nur eine hohe Bandbreite an weitergehenden Beratungen, sondern können für den Kunden die gesamte Auktionsteilnahme von der Hotelreservierung bis hin zur Rahmung des ersteigerten Bildes organisieren.

6.2.6.1 Beratung

Die Schätzungen ergehen zunächst mündlich durch den zuständigen Experten und sind dann kostenfrei. Der Vorteil für das Auktionshaus liegt in der Kontaktaufnahme mit dem Eigentümer sowie dem persönlichen Kontakt zwischen Sammler und Experte - ist dieser erst einmal begründet, fragt der Sammler leichter um Rat in anderen Angelegenheiten. Zudem hat das Haus die Information, welche Art von Ware sich wo befindet.

¹⁹³⁶ ZELLER: 19.07.1999.

¹⁹³⁷ LACEY (1998): 357.

Für eine schriftliche Ausfertigung der Schätzung hat der Kunde eine Standardrate, die sich nach dem Schätzwert richtet, zu zahlen. Soll zur Vorbereitung eines "House-Sale" ein ganzes Haus bzw. Schloss geschätzt werden, so hat der Eigentümer wegen des hohen Personalaufwandes pro Experte und Tag einen Festbetrag zu zahlen.¹⁹³⁸ Dieser wird dann mit den Versteigerungskosten verrechnet, falls sich der Eigner zum Verkauf entschließt.

Über die Arbeit am Einzelobjekt wird jedoch der Sammler auch übergreifend beraten. Dies reicht von der informellen Entscheidungshilfe (als Instrument auf dem Absatzmarkt), welches Stück einer aktuellen Auktion in die Sammlung des Kunden passt und welches nicht, bis hin zum konkreten Sammlungs Aufbau oder auch der Sammlungsübertragung.

Erben werden über den Umgang mit der ererbten Kunst ebenfalls von Auktionshäusern beraten. Hierbei geht es nicht nur um die Frage, welchen Wert ein Werk hat und wie man es am besten verkaufen kann, sondern ganz konkret auch um Rechts- und Steuerberatung.¹⁹³⁹ Diesbezügliche Maßnahmen erstrecken sich nicht nur auf mögliche Erben oder Anleger, sondern auch auf diejenigen, die die gewünschte Klientel aktuell betreuen. Konkret: Die Auktionshäuser bieten Rechtsanwälten, Notaren, Vermögens- und Steuerberatern ihre Unterstützung an. Ebenso werden Versicherungen beraten, für die es sich nicht lohnt, eigene Kunstsachverständige anzustellen.¹⁹⁴⁰

Die Auktionshäuser wollen zudem potentielle Kunden, vor allem den Sammlernachwuchs, an die ungewöhnliche Distributionsform „Auktion“ gewöhnen und ihnen etwaige Ängste nehmen. Viele unerfahrene Kunden sind ängstlich, ein Fehlverhalten im Saal könne teure Folgen haben. Gegen diese „auctionphobia“ hat Sotheby's ein Drei-Stufen-Programm entwickelt, das „New Collectors Programme“. Neue Kunden erhalten zunächst einfach geschriebene, ausführlich illustrierte Broschüren, die ihnen die Auktionsware nahe bringen sollen. Danach erfolgt eine theoretische Einführung in die Regeln einer Auktion. Zuletzt hat man die

¹⁹³⁸ Dieser Betrag beläuft sich auf ca. £ 800,-- pro Experte und Tag plus Spesen.

¹⁹³⁹ Sotheby's Tax&Heritage Department bzw. Sotheby's Appraisal Company, Christie's Estates & Appraisals (STUDER: 04./05.06.1999).

Gelegenheit, unter Anleitung eine Auktion zu besuchen und hinterher zu analysieren.¹⁹⁴¹

6.2.6.2 Organisationshilfen und Finanzdienstleistungen

Direkt auktionsbezogen sind Dienstleistungen wie die Organisation des Transports der einzuliefernden wie der gekauften Ware, gegebenenfalls durch die eigene Transportabteilung. Weitere Dienstleistungen offeriert die hauseigene Restaurierungs- und Rahmenwerkstatt – in aller Regel werden eingelieferte Stücke nicht restauriert, da jede Restaurierung verschiedene Fragen aufwirft, die man lieber gemäß den Vorlieben und Haltungen des Sammlers oder Museums beantwortet wissen möchte, von dem das Stück erworben wurde.¹⁹⁴² Das “know-how” der richtigen Konservierung und Lagerung von Kunstwerken wird ebenfalls den Privatkunden für dessen Sammlung angeboten.

Hinzu kommen diejenigen Mitarbeiter, die für die sogenannten „Sonderkunden“ zuständig waren. Jene sind schlicht *sehr* vermögende Sammler.¹⁹⁴³ Für diese Kunden wird die Teilnahme an einer wichtigen Auktion komplett durchorganisiert, von Flug- und Hotel- über Restaurantreservierungen bis hin zur Vergabe der besten Plätze im Auktionssaal.

In allen großen Häusern gibt es eigene Kreditabteilungen, die sich in erster Linie um die Überprüfung von hohen Geboten kümmern. Diese werden nur akzeptiert, wenn eine Bankauskunft die Deckung bestätigt.¹⁹⁴⁴ Ebenfalls zum Aufgabenbereich dieser Abteilungen gehört aber auch die Organisation einer Stundung des Kaufpreises. Nach dem Zuschlag ist in allen Auktionshäusern der Kaufpreis sofort fällig. Nahezu alle Häuser bieten ihnen bekannten Kunden eine Ratenzahlung an, genannt 30-60-90. Die

¹⁹⁴⁰ BRAUN: 22.07.2000.

¹⁹⁴¹ KIRWAN-TAYLOR: 08./09.07.2000; ESSICK: 05./06./07.03.2004..

¹⁹⁴² MOORE: 03.07.2000.

¹⁹⁴³ Man schätzt, dass sich unter den 500 reichsten Menschen der Welt 5-10% ernsthafte Kunstsammler befinden. Jedes Jahr gibt es mindestens fünf Sammler, die mindestens US\$ 100 Millionen für Kunst ausgeben (VOGES: 24.08.2002).

¹⁹⁴⁴ WATSON (1992): 20 nennt für New Yorker Impressionisten-Auktionen eine Grenze von US\$ 100.000,--, ab der die Bonität des Kunden überprüft wird. Bei kleineren Häusern ist die Grenze deutlich niedriger anzusiedeln. Das Stuttgarter Haus Nagel beispielsweise fordert von jedem

Zahlen stehen für die Frist in Tagen, mit deren Ablauf eine Rate fällig wird.¹⁹⁴⁵ Diese Regelungen sind nicht nur wichtig, um unentschlossene Käufer zum Bieten zu bewegen. Es ist genauso denkbar, dass ein Bieter mit der Sicherheit der Ratenvereinbarung einen Zuschlag hochsteigert, der Käufer dann aber direkt zahlt.

Für Händler, die kaufen und gleichzeitig einliefern, sind weitere Formen von Krediten möglich; diese Finanzierungshilfen sind einerseits Dienstleistungen der Häuser, andererseits auch Instrumente, um Beschaffung wie Absatz zu fördern. Die Einlieferung der Händler bietet dem Auktionshaus nicht nur eine höhere Sicherheit als beim "Nur"-Käufer, sondern zudem die Möglichkeit der Aufrechnung der Forderungen. Diese Kredite sind dann Kontokorrentkredite, d. h. die Ware kann sofort mitgenommen werden. In aller Regel nutzen Händler diese Kredite, um in der Zeit zwischen (Auktions-) Einkauf und Kreditfälligkeit das gekaufte Stück mit Gewinn weiterzuverkaufen; scheitert dies, kommt es zuweilen zu unliebsamer Veröffentlichung dieser Praxis, wenn das Auktionshaus auf Rückzahlung klagen muss.¹⁹⁴⁶

6.2.6.3 Sonstige Dienstleistungen

Ebenfalls zum Kundendienst gehört das reiche Dienstleistungsprogramm der Auktionshäuser, das erst in zweiter Linie mit der Versteigerung zu tun hat. Auf die Ausweitung des Event-Charakters von der Saalauktion auf den Besuch im Auktionshaus durch Restaurants, Freiverkaufsstätten und Buchläden wurde schon

Neukunden generell eine Bankbestätigung eines jeden Gebots oder eine Bardeposits vor Beginn der Versteigerung.

¹⁹⁴⁵ Die ersteigerte Ware wird erst nach Zahlung der letzten Rate übergeben. Das Problem hierbei liegt in der Versicherung: Auch für Kreditgeschäfte gelten die normalen AGB der Häuser. Diese beinhalten aber in aller Regel die Klausel, dass ersteigerte Ware nur für eine Frist von 10 Tagen nach Zuschlagserteilung im Haus versichert ist. Wird die Ware zwischen dem 11. und dem 90. Tag (an dem die letzte Rate fällig ist und das Lot abgeholt werden kann) im Haus beschädigt, haftet nur der Käufer, nicht aber das Auktionshaus. Einzig die private Haftung des Schädigers besteht parallel, wobei dieser oft nicht zu identifizieren ist.

¹⁹⁴⁶ So im Falle des New Yorker Händlers Michel Cohen, der sich von Auktionshäusern und Händlerkollegen hohe Geldbeträge geliehen hatte, die er nach missglückten Börsenspekulationen nicht zurückzahlen konnte; später wurde er von seinen Gläubigern verklagt (BENNETT: 09.02.2001; KOLL: 10.02.2001; SCHAERNACK: 16./17.02.2001).

hingewiesen. Einige Auktionshäuser besitzen nicht nur das Buchgeschäft in ihren Räumlichkeiten, sondern betreiben auch einen Buchversender.¹⁹⁴⁷

Abgeschlossen wird das Dienstleistungsprogramm der großen Auktionshäuser durch den Bildungsbereich. Im weiteren Sinne kann man das Angebot von Praktikumsplätzen zu diesem Bereich zählen, wird doch Studierenden ein Einblick in das Geschäft auf dem Kunstmarkt ermöglicht (und nebenbei die Versorgung des Unternehmens mit kostenfreien Arbeitskräften für niedere Tätigkeiten sichergestellt). Der Nimbus der Auktion und die daraus resultierende Nachfrage nach Praktika haben zur Folge, dass Praktikanten für den Betrieb vieler Auktionshäuser unverzichtbar geworden sind, im Kunsthandel jedoch deutlich seltener vorkommen.¹⁹⁴⁸

Der Bildungsbereich im klassischen Sinne wird durch eigene Institutionen abgedeckt, welche das Fachwissen der Unternehmen gegen Gebühr jedermann zugänglich machen.¹⁹⁴⁹ Der Inhalt derartiger Kurse reicht von einer reinen Weiterbildung in Abendkursen zu begrenzten Themen über komplette Kunststudiengänge, die an Universitäten angegliedert sind und einen „Magister Artium“ bzw. „Master of Art“-Abschluss ermöglichen.¹⁹⁵⁰

Handelt es sich um Kurse zu begrenzten Themenbereichen, werden diese Themen in aller Regel auch durch Buchpublikationen der jeweiligen Spezialisten abgedeckt, häufig in der Form von „Sammlungsratgebern“.¹⁹⁵¹

Zudem wird das Fachwissen der Abteilungen gern durch Vorträge oder Tagungen vermittelt, durch die nicht nur neue Kontakte gewonnen werden sollen, sondern

¹⁹⁴⁷ So erweiterte Christie's seinen hauseigenen Buchladen durch den Ankauf des „Atrium Bookshop“. Das Münchner Haus Ketterer hingegen hat sich auf den Handel mit Künstler-Werkverzeichnissen spezialisiert.

¹⁹⁴⁸ Frédéric Beigbeder schildert in seiner Darstellung der internationalen Werbeindustrie die Verwendung von Praktikanten sehr sarkastisch: „Praktikanten sind die Sklaven von heute: Unbezahlt, formbar, auf Gedeih und Verderb der Fron verpflichtet, täglich kündbar, Kaffeeträger und Fotokopierer auf Füßen – wegwerfbar wie Bic-Rasierer.“ (Beigbeder (2001): 51).

¹⁹⁴⁹ KLASTER (1982): 100; ESSICK: 05./06./07.03.2004; RICHARDSON: 16.03.2004.

¹⁹⁵⁰ z. B. Christie's Education, Sotheby's Institute, Koller Weiterbildung etc. Die Ausbildung kostet dort zwischen £ 400,-- und £ 10.000,-- (DRINKUTH (2003): 138f; VOIGHT: 13.06.1999; MANN: 04.05.2002; HERSTATT: 11.10.2003).

¹⁹⁵¹ KLASTER (1982): 100.

Außenstehenden der Zugang zur Kunst erleichtert werden kann.¹⁹⁵² Selbiges gilt für die Organisation besonderer Führungen in Museen, Fachgespräche mit z. B. Bildenden Künstlern, Instrumentenbauern, Kunsthandwerkern, Restauratoren etc.¹⁹⁵³ Nicht zuletzt werden die Bildrechte an den Auktionsobjekten vermarktet, bis hin zur Leihe von Unterrichtsmaterialien wie Dias etc.¹⁹⁵⁴

Letztlich gehört hierzu auch die Nutzung der außerhalb der Auktionssaison leerstehenden Versteigerungssäle für (nicht-kommerzielle) Ausstellungen, den in London sogenannten „Winteraustellungen“. Hier kann man Kontakte zu Sammlern nutzen, um in Privatbesitz befindliche, bedeutende Kunstwerke museumsreif präsentiert einer interessierten Öffentlichkeit zugänglich zu machen und das Unternehmen im Winterloch ins Gespräch bringen.¹⁹⁵⁵

Von all diesen im Übrigen großenteils kostenpflichtigen Dienstleistungen, die zurzeit nur Zugabe zum Kerngeschäft sind, erwarten sich die Auktionshäuser in naher Zukunft einen deutlichen Beitrag zum Ergebnis. Speziell Sotheby's erzielte mit seiner Immobiliensparte über Jahre höhere Gewinne als im Auktionsbereich, sah sich aber aufgrund der andauernden Verluste der Auktionssparte gezwungen, die Immobilientochter im Jahre 2004 zu verkaufen.¹⁹⁵⁶

Aber auch kostenlose Dienstleistungen werden angeboten. Für wohltätige Zwecke wird gern auch das „Know-how“ und das Personal vom Träger bis zum Auktionator kostenlos zur Verfügung gestellt.¹⁹⁵⁷ Hierzu müssen allerdings einige Voraussetzungen erfüllt sein: „Der Zweck muss eindeutig karitativ und seriös, die

¹⁹⁵² z. B. „The annual Newport Symposium on Decorative Arts“, unterstützt von Christie's, oder „L'Art et le monde des affaires“, ein Symposium in Paris, welches Phillips ausgerichtet hatte, um das Vertrauen der französischen Geschäftswelt zu erlangen (GRIMM-WEISSERT: 23./24.02.2001).

¹⁹⁵³ FECHTER: 2000-1.

¹⁹⁵⁴ z. B. Christie's Images.

¹⁹⁵⁵ MOSER: 05.11.1999; MENKES: 01.02.2000; THIBAUT: 12/13.01.2001; so z. B. die Londoner Ausstellung mit Werken von Alfred Munnings, von „Out-of-the-Closet“-Mode oder von Photos von Cecil Beaton bei Sotheby's und die Ausstellungen „Treasures of the North“, „Les coquetteries de Vivienne Westwood“ oder „De László, a Brush with Grandeur“ bei Christie's (VINCENT: 20.01.2000; THORNCROFT: 03./04.01.2004; DORMENT: 07.01.2004; MENKES: 09.01.2004; SEWELL: 09.01.2004; DENNISON: 02/2004).

¹⁹⁵⁶ DRINKUTH (2003): 23; DALBY: 11/1998; VOGEL: 15.03.2001; HERSTATT: 27.11.2003; BENNETT: 18.02.2004.

¹⁹⁵⁷ RUMBLER (2002-2): 368; HERSTATT: 28.05.2003; BÜHLER: 01.03.2004; FORSTBAUER: 26.03.2004.

dahinter stehende Institution professionell sein“, so Andreas Rumbler von Christie’s.¹⁹⁵⁸

Zur Kontaktaufnahme und –pflege finden sich die hauseigenen Experten zudem ebenso gern dazu bereit, vor ausgewähltem, interessierten Publikum Vorträge zum Thema Kunstmarkt zu halten – wovon schon so manche “Club-Veranstaltung” profitiert haben mag.

Ein Vorschlag eines amerikanischen Sammlers wurde allerdings bislang nicht umgesetzt. Da aufgrund der unterschiedlichen Kommissionstrukturen jeder Bietschritt eine komplizierte Rechnung zur Folge habe, um den Endpreis zu ermitteln, sollten doch die Auktionshäuser eine Software entwickeln und den Kunden zur Verfügung stellen, die diese Aufgabe übernehmen könne, so Stefan Edlis aus Chicago.¹⁹⁵⁹

Insgesamt haben sich die Auktionshäuser von einer reinen Vermittlerrolle sehr erfolgreich in zahlreichen Arbeitsbereichen des Handels etabliert. Ihr Erfolg wuchs und wächst in dem Maße, in welchem der Kunstmarkt als eine Erlebniswelt neben anderen erkannt und den Regeln des Relationship-Marketings entsprechen bearbeitet wurde.¹⁹⁶⁰ Der Kunsthistoriker und ehemalige Leiter des Zentralarchivs des internationalen Kunsthandels, Wilfried Dörstel, geht in seiner Sicht des Marktes sogar so weit, die Auktionshäuser der Gattung der Kunsthändler zuzurechnen.¹⁹⁶¹

6.2.7 Absatz in der Mischform von Handel und Auktion

Eine häufige Vermischung der beiden Absatzformen ist der Händler, der sich als Auktionator betätigt.¹⁹⁶² Das kann verdeckt geschehen – in diesen Fall versucht die Vorschrift des §4 der deutschen Versteigerungsverordnung, eigene Ware im Katalog zu kennzeichnen, die erwünschte Transparenz herzustellen.¹⁹⁶³ Die meisten

¹⁹⁵⁸ RUMBLER: 09.12.2002.

¹⁹⁵⁹ PEERS: 17.03.2000.

¹⁹⁶⁰ SIEBENHAAR (2002): 51.

¹⁹⁶¹ DÖRSTEL (2002): 15.

¹⁹⁶² Vgl. 2.1.3 – *Die Mischform*.

¹⁹⁶³ Diese Vorschrift wird in aller Regel nicht befolgt.

Kunstmessen verwehren derartigen Unternehmen dann auch eine Teilnahme an der Messe.¹⁹⁶⁴

Problematisch ist eine solche Konstellation umgekehrt auch hinsichtlich der Aussagekraft ihrer Versteigerungsergebnisse. Jedes Auktionsergebnis kann unzuverlässig sein: Eine sogenannte Einlieferung kommt aus dem Lager des Händlers und geht nach der Auktion dorthin zurück, falls kein Käufer gefunden wurde. Häufig wird jedoch diese reine Buchbewegung des Kunstwerks als Zuschlag „verkauft“, um die Abverkaufsquote der Auktionen statistisch zu erhöhen.

In diesen Absatzbereich fällt aber auch der Privatverkauf durch Auktionshäuser. Man möchte den Kunden, die die Öffentlichkeit der Auktionssäle für ihr Kunstwerk scheuen, einen Verkauf vermitteln. Sofern es sich darum handelt, Stücke mit regionaler oder nationaler Bedeutung für ein Museum zu „retten“, ist dies von jeher (Neben-) Aufgabe von Auktionatoren. Sucht man aber schlicht „irgendeinen“ Käufer, bewegt sich das Auktionsunternehmen auf ureigenstem Terrain des Handels.

Hinzu kommt, dass die Auktionshäuser nicht nur bei wichtigen Einlieferungen das Risiko zuweilen mit Händlern teilen,¹⁹⁶⁵ sondern auch immer wieder Anteile an Kunsthandelsunternehmen erwerben: So kaufte Sotheby's die Galerie André Emmerich; Christie's wird als ein Miteigentümer der New Yorker Galerie David Nash genannt.¹⁹⁶⁶ Aber auch im Mittelmarkt kennt man derartige Vernetzung; so ist Michel Pastor, Miteigentümer des französischen Versteigerungsunternehmens Le Fur-Artcurial-Briest, gleichzeitig an den Galerien Gismondi und Marlborough beteiligt.¹⁹⁶⁷

Obgleich schon seit langem derartige Vermittlungen stattfinden, wurde diese Praxis thematisiert, als Christie's zur Professionalisierung dieser Dienstleistung als erstes Auktionshaus eine eigene Abteilung gründete: „Christie's Private“. Diese soll vor

¹⁹⁶⁴ Beispiel: Ausstellungs- und Teilnahmebedingungen für die Kunst- und Antiquitätenmesse Hannover-Herrenhausen/Hamburg. Absatz 3)e): Auktionatoren und deren Firmen sowie mit Auktionatoren und Auktionatoren-Firmen persönlich, rechtlich oder wirtschaftlich verbundene Kunsthandelsfirmen werden nicht zugelassen (zit. nach: Katalog (2000): 176).

¹⁹⁶⁵ Vgl. 6.2.3 – *Neue Distributionskanäle*.

¹⁹⁶⁶ Tröster: 12/1998.

¹⁹⁶⁷ HEINICK: 09.03.2002.

allem Privatkunden, d.h. Direktkunden betreuen. Natürlich versicherte das Unternehmen, dass weder Künstler betreut noch Auktionsware verkauft werden soll.¹⁹⁶⁸ Die Grenzen hierbei dürften allerdings fließend sein und ein Werk nach erfolgloser Privatvermittlung doch Eingang in eine Auktion finden. Da es für die Auktionshäuser an sich wichtiger ist, die eigenen Auktionen mit interessanter Ware zu bestücken, wird diese Dienstleistung von Christie's bislang nur sehr diskret vermarktet und nicht beworben.

Wesentlich größeren Raum nimmt die Privatvermittlung bei Phillips ein, wo man nach der Einstellung und Beteiligung von Simon de Pury auf dessen Adressenverzeichnis zurückgreifen kann – entstanden während seiner Tätigkeit als Kurator für die Sammlung von Heinrich Thyssen-Bornemisza in Lugano, dann für Sotheby's und als selbstständiger Händler bis zum Phillips-Eintritt.¹⁹⁶⁹ De Pury preist die umfangreiche private Vermittlung als Vorteil seines Hauses gegenüber Mitbewerbern – was auch zur Folge hat, dass diese Dienstleistung in bislang ungekannter Offenheit kommuniziert wird.

Fazit zu **6.2 Der Absatzmarkt der Auktionen**: *Die Beteiligung an einer Auktion ist ein großes Erlebnis, selbst für erfahrene Sammler. Das generelle Verhalten der letzten Jahre zeigt, dass sich auch der Käufer des Internetzeitalters nach emotionalen Beziehungen zu den zu erwerbenden Gegenständen sehnt – ein Umstand, welcher auch vom Erlebnismarketing genutzt wird. Daher ist der Eventcharakter der „Auktion“ ein Mehrwert beim Auktionskauf, welchen der Händler nicht bieten kann. Die „Magie der Auktion“, der Kampf um die Stücke, das Hervorbringen von publikumswirksamen Rekorden ist ein großer Absatzvorteil der Auktionshäuser.*

Das Programmieren von Rekordpreisen durch hohe Schätzungen gelingt allerdings immer seltener; durch die hohe Kenntnis der Käufer bedingt ist mittlerweile eine sensible Einpreisung kausal für den Erfolg des Objekts. Hierbei wird auch ein Umstand deutlich, welcher bei der Fokussierung auf den Endkunden in den Hintergrund getreten ist: Bedingt durch die hohe Geschwindigkeit der Warenvermittlung einerseits und durch die mehr oder weniger große Einzigartigkeit

¹⁹⁶⁸ PLANTA: 18.11.1999; BÜRKLIN: 24.12.1999; BELLER: 03.03.1999; JOFFRE: 3/2000.

eines jeden Objektes muss das Distributionssystem „Auktion“ mit jedem Angebot neue Kunden finden!

Neue Instrumente zur Gewinnung von Kundenkontakten, Dienstleistungen vor allem finanzieller Art und geheime Verbindungen zum Galeriesystem bringen zwar mehr Endkunden in die Säle vor allem der Auktionen des obersten Marktsegments, haben aber auch eine Verwässerung des archaischen Auktionsprozesses zur Folge. Wird dies sichtbar, kann sich die geschäftsfördernde Wirkung rasch ins Gegenteil verkehren. Auch dies wird dazu führen, dass die Vermittlung derart problematisierter Objekte zunehmend im Wege der institutionalisierten Privatvermittlung durch das Auktionshaus stattfinden wird.

Im mittleren Qualitätsbereich hingegen spielen viele Maßnahmen zur Erhöhung von Beschaffung wie Absatz nur eine sehr geringe Rolle; gerade das Fehlen von finanziellen Hilfen oder sonstiger teurer Instrumente zur Gewinnung von Kundenkontakten trägt zur Profitabilität des Bereichs bei. Trotz aller Professionalisierung auch dieser Auktionen zeigt sich allerdings, dass die Kundschaft in höchstem Maße regional oder national ist; die Mittelmarktbestrebungen der Londoner Häuser dürften daher nur geringe Auswirkungen auf die Nationalmärkte haben.

Das Experiment der Internetauktion muss als gescheitert angesehen werden. Das Vergnügen am Event der Live-Auktion ist einer der Gründe, Vorbehalte gegen das Medium, dessen Sicherheit und dessen Unmittelbarkeit sind weitere und entsprechen gänzlich den Problemen des Internetkunsthands. Die nur schwierige Vereinbarkeit der Eigenarten des Internetgeschäfts mit dem Dienstleistungs-, Diskretions- und vor allem Warenqualitätsniveau der großen Auktionshäuser bedingte mangelnde Rentabilität und hat so letztlich zum Scheitern aller Projekte in gehobenen Marktbereichen geführt.

¹⁹⁶⁹ GLEADELL: 25.06.2001.

7. Zusammenfassung und Ergebnisse

Die eingangs aufgestellte These war, dass die Veränderungen der Rahmenbedingungen und Grundlagen des Kunstmarktes wie auch die Ausweitung der Geschäftstätigkeit von Auktionshäusern den Kunsthandel in die Nischen des Marktes abdrängen. Ihrer Überprüfung soll eine Resümierung vorangestellt werden, die sich aus der Zusammenführung der vielen genannten und behandelten Perspektiven destillieren lässt.

Dem Ansatz der Arbeit folgend richtet sich eine solche Zusammenschau zunächst auf die "Mikroebene" der Akteure im Spannungsfeld zwischen Auktion und Handel und sodann auf die Entwicklungsrichtung, der "die Welt des Kunstmarkts" sich künftig insgesamt zuwendet.

7.1 An- und Verkauf über Auktion und Handel

An- und Verkauf über die Kunstauktion bzw. den -handel unterliegen Determinanten, die ein sehr eindeutiges Abwägungsergebnis erlauben. Je höherwertig die Ware, desto erfolgreicher wirken die Mechanismen der Auktion, die je geringer der Wert umso schwächer zur Geltung kommen und umso eher den Weg über den Handel empfehlen.

Für den Verkäufer hat der Verkauf über eine Auktion mehrere Vorteile. Da auf der Nachfrageseite eine asymmetrische Informationsverteilung herrscht, birgt eine freie Einpreisung - wie sie der Kunsthandel vornimmt - das Risiko, dass entweder der genannte Preis so hoch ist, dass sich kein Nachfrager findet, oder aber, dass der Preis unter dem liegt, was ein potentieller Käufer für das angebotene Stück zu zahlen bereit wäre.

Bei einer Auktion hingegen geschieht die Preisbildung auf der Nachfrageseite, die über ihre eigene Zahlungsbereitschaft besser informiert ist. Daher kann der Anbieter davon ausgehen, dass der Kaufpreis die höchste Zahlungsbereitschaft aller Nachfrager darstellt.

Weitere Vorteile kommen hinzu: Der Verkäufer wartet nicht ab, bis sich ein Nachfrager findet, sondern bestimmt den Verkaufszeitpunkt selbst. Überträgt der Verkäufer die Durchführung einem Dritten, so hat er die Sicherheit, dass die Öffentlichkeit der Preisgebote eine Koalition von Käufer und Vermittler verhindert. Voraussetzung dieser Vorteile ist dann aber auch, dass der Verkäufer für seine Ware diese Öffentlichkeit nicht scheut.

Nachteilig sind für den Verkäufer nur die höheren Absatzkosten. Im Gegensatz zum Absatz über den Handel, der entweder direkt ankauft oder in Kommission nimmt, fallen beim Verkauf über eine Auktion nicht nur die Kommission, sondern auch Kosten für Katalogabbildung, Versicherung und Transport an – und zwar unabhängig vom Verkaufserfolg. Dies zeigt, dass es eine ökonomische Grenze gibt, unter der sich der Verkauf über eine Auktion nicht lohnt, da die Kosten relativ zu hoch sind. Hier bleibt nur der Direktverkauf an den Handel.

Für ein Angebot auf dem internationalen Markt, d. h. über eine Auktion in London oder New York, muss es eine internationale Nachfrage geben. Diese kann schon erloschen sein, wenn ein Stück nicht mehr marktfresh ist. Außerdem lohnt eine solche Auktion nur dann, wenn das Stück wertvoll genug ist, um nicht durch Transport- und Versicherungskosten den Großteil des erwarteten Mehrerlöses zu verzehren.

7.2 Eine Bestandsaufnahme der Marktveränderungen

Ogleich der Kunstmarkt in seiner Form tradierten Regeln und Gesetzen folgt, hat er sich während des Betrachtungszeitraumes (1997-2004) so stark verändert wie nie zuvor. Vor allem ist es den Auktionen endgültig gelungen, sich vom Großhandel zum Einzelhandel zu entwickeln. Dies war nur möglich, weil sie sich aus Sicht des Käufers als dritte Distributionsform neben den Kunstmessen und dem Galeriesystem wie den Kunsthandlungen etablieren konnten. Die neuen Käufer der Auktionen sind vor allem Endkunden, die höhere Preise zahlen als ein Händler und für Maßnahmen zur Gewinnung und Pflege von Kundenkontakten offener sind. Für Verkäufer wie für das Auktionshaus ist ein weiterer großer Vorteil, dass Endkunden eine Ringbildung der Händler verhindern oder zumindest stark erschweren.

Maßnahmen zur Gewinnung von Kundenkontakten werden bezüglich der Ware und ihren Eigenschaften, aber auch für die Auktionsunternehmen selbst betrieben. Hier ist vor allem der Mythos der Auktion zu nennen, welcher auf allen Ebenen des Marktes von den Unternehmen bemüht wird, dem Interessenten einen „beschwerlicheren“ Einkauf auf der Auktion attraktiv erscheinen zu lassen. Vor allem US-amerikanische Kunden sind für derartige Gedanken empfänglich; nicht umsonst haben alle großen Auktionshäuser während der letzten Dekade ihre New Yorker Niederlassungen vergrößert, um eine erhöhte Zahl von Besuchern zu Live-Auktionen beherbergen zu können.

Ganz generell haben die Maßnahmen der Auktionshäuser zur Gewinnung von Kundenkontakten im Umfang stark zugenommen und bestimmen bereits Auktionsinhalte und damit die Auswahl der in solchen Themenauktionen zu offerierenden Waren. Der Kunsthandel hingegen hat auf die fortschreitende Differenzierung des Marktes vor allem mit professioneller Spezialisierung reagiert.

Auf der Seite der gehandelten Objekte hat die Erhöhung der Aufwendungen für die Maßnahmen zur Gewinnung von Kundenkontakten ihre Entsprechung in der zunehmenden Bedeutung von Eigenschaften, welche das Werk gegenüber anderen, gleichartigen oder zumindest ähnlichen auszeichnet: Provenienz und Marktfrische. Allerdings sind nur die Auktionshäuser in der Lage, allein auf der Basis interessanter Provenienzen ganze Marktbereiche zu generieren.

Gleichzeitig mit der Etablierung der Auktion als dritte Distributionsform neben Galeriesystem und Kunsthandlungen sowie den Kunstmessen ist die Grenze zwischen Handel und Auktion durchlässiger geworden. Indem auf allen Ebenen des Marktes Auktionsunternehmen Galerien und Kunsthandlungen aufkaufen oder sich zumindest an derartigen Unternehmen beteiligen, kommt es zu einer für den Endkunden undurchsichtigen Verzahnung mit dem Galerien- und Kunsthandelssystem, auf das der Endkunde vermehrt mit der Inanspruchnahme unabhängiger Berater reagiert.

Die letzte Lücke zwischen Auktion und Kunsthandlung schließt notfalls das Dienstleistungsangebot der Privatvermittlung, welche alle Auktionshäuser anbieten. Lediglich der Versuch, den Handel durch Internetauktionen stärker in das

Auktionsgeschäft einzubinden, ist nach überraschend kurzer Zeit gescheitert; im Hochpreisbereich bleibt offenbar die unmittelbare Anschauung unabdingbar. Für das noch junge, "virtuelle" Jahrhundert wird zudem eine weiter zunehmende Lust am Direkterlebnis des Kunstwerks erwartet. Das Live-Erlebnis der Kunstwerke mit ihrem Charisma, ihrer Patina wird zu einer Determinante des Events auf dem Kunstmarkt werden.

So schließen bislang nur noch die Messen in ihren Statuten die Teilnahme von Auktionsunternehmen aus und entziehen sich der dargestellten Verwebung des Handels mit dem Auktionssystem. Diese Messen sind das einzige Instrument des Handels, seine Tätigkeit als großangelegten Event zu zelebrieren. Die Zukunft wird zeigen, ob es sich die Messen dauerhaft erlauben können, die Auktionsunternehmen auszuschließen.

Aber auch abgesehen von der Annäherung der beiden Distributionssysteme haben sich Grenzen auf dem Kunstmarkt verwischt, vor allem haben sich der kommerzielle und der nichtkommerzielle Teil des Geschehens durch Wirtschaftlichkeitszwänge innerhalb der Museen angenähert. Nutznießer sind nicht nur die Privatsammler, sondern vor allem die großen Auktionshäuser, welche eine Verbindung zwischen einem Kunstwerk aus einer Privatsammlung und dessen Leihe an ein Museum besonders lukrativ auszunutzen in der Lage sind.

Eine Verzahnung mit der internationalen Luxusgüterindustrie hat der Kunstmarkt hingegen abgewehrt. Die Bestrebungen, vor allem internationale Auktionshäuser zu „Kunsthoutiquen“ im Konzernverband der Modeunternehmen zu gestalten und so Zugang zu deren Kunden zu erhalten, haben keinen Erfolg gehabt. Als Folge bleibt der nochmals erhöhte Aufwand für die Maßnahmen zur Gewinnung von Kundenkontakten und ein starkes Bewusstsein für den Wert der Marke wie der der Corporate Identity des eigenen Unternehmens.

Auf die Einzelmärkte bezogen kann man feststellen, dass sich Ware des gehobenen und höchsten Marktbereichs in New York und - zum größeren - Teil in Europa verkauft. London hat seine führende Rolle im Bereich der angewandten Kunst und der Alten Meister behauptet. Die Verschiebung des Marktes für zeitgenössische Kunst

nach New York kompensiert bereits in Ansätzen der Pariser Markt, dessen Schwerpunkte im Bereich des Impressionismus und der Klassischen Moderne sowie der angewandten Kunst liegen. In Anbetracht der Warenggebiete wird diese Entwicklung des europäischen Markts von einer europaweiten Harmonisierung von Folgerecht- oder Steuervorschriften weitgehend unabhängig sein.

Der Handel kann sich zusehends schwerer gegen die internationalen Häuser behaupten. Messen waren in der vergangenen Dekade nur an der Marktspitze und im untersten Marktsegment erfolgreich und spiegeln so die Entwicklung des Gesamtmarktes im Kleinen wider. Der Handel wird weiterhin die Rolle der diskreteren Absatzform spielen können und damit graduell von Modetrends des Marktes unabhängiger sein, seine Chancen liegen nach wie vor im Ausbau seines Dienstleistungsangebots und des Verhältnisses zum Kunden.

7.3 Entwicklungslinien und Fazit

Zweierlei ist zunächst deutlich geworden. Auktionshäuser und Handel leben in einer Symbiose. Ohne die Einlieferungen des Handels könnten die Häuser keine Auktionen durchführen, ohne die Materialquelle der Auktionen die Händler keine Läden bestücken. In Bereichen, in denen diese Symbiose noch nicht besonders ausgeprägt ist, wird sie sich entsprechend entwickeln - auch Galeristen, die bislang ausschließlich von ihren Künstlern kaufen und die den Direktverkauf von Werken ihrer Künstler durch eine Auktion befürchten, werden auch diese Werke auf einer Auktion kaufen, wenn sie dort zu attraktiven Preisen angeboten werden - die Auktionshäuser haben das Atelier des Künstlers längst als Quelle des Beschaffungsmarktes identifiziert. Das mag den Kern der Galeristentätigkeit beeinträchtigen, aber nicht per se den Berufsstand auslöschen.

Zudem erfüllt der Kunstmarkt nach wie vor seine Rolle des „Trendscouts“, die ihn zum Teil der Kunstgeschichte macht - auch wenn sich die Luxusgüterindustrie seit den 1990er Jahren anschickt, ihm diesen Part zu übernehmen. Doch ein Kunstwerk hat gegenüber dem industriell gefertigten Luxusprodukt immer einen Vorteil: Seine Einmaligkeit, seine Aura.

In den Märkten selbst wird sich die Aufspaltung in Meisterwerke und Füllware noch verstärken. Langfristig wird Erfolg haben, wer mit elitärer Ware den Markt belebt statt sich in die Einheitsfront des Mittelmaßes einzureihen. Dies hat auch Auswirkungen auf die Art des Absatzes. In dem Maße, in dem das Mittelfeld der Ware unverkauft bleibt, werden sich Händler und Auktionen für ein Segment entscheiden müssen - der Vollsortimenter stirbt aus.

Denn auch die aggressivste Expansion eines Auktionshauses sollte nicht darüber hinwegtäuschen, dass es nicht in der Lage ist, alle Marktbereiche zu bedienen. So wird der Handel vor allem in Bereichen tätig sein, in denen sich die Durchführung einer Auktion nicht lohnt, weil die Kosten - vor allem die festen Kosten - für den Verkäufer zu hoch sind. Gleichzeitig kann der Händler am anderen Ende der Qualitätsskala den Umstand nutzen, dass sich die Auktionshäuser aus austrocknenden Marktbereichen zurückziehen müssen, da man Einzelstücke zwar in einer Kunsthandlung, nicht aber in einer Auktion anbieten kann. Zieht man in Betracht, dass der stückzahlenmäßig sehr umfangreiche Basisbereich des Marktes traditionell nur eine geringe Rentabilität aufweist und andererseits in austrocknenden Gebieten nur wenige, etablierte und finanziell gut ausgestattete Händler oder Händlerkonsortien werden überleben können, erkennt man, dass die eingangs aufgestellt These stimmt: Die Expansion der Auktionsunternehmen wird die Kunsthändler in eben diese Randbereiche des Kunstmarktes verdrängen.

Anhang

A.) Expertengespräche

Namen, Adressen und Daten

Dr. Christoph Becker
1999: Kurator für Malerei und Plastik des 19. Jahrhunderts
(Oberkonservator)
Staatsgalerie Stuttgart
Konrad-Adenauer-Straße 30-32
70173 Stuttgart
seit 2001: Direktor des Kunsthhauses Zürich
Heimplatz 1
CH-8024 Zürich
Gespräche am 23.07.1999, am 19. Juni 2001 und am 20.01.2003.

Jörg-Michael Bertz
Spezialist für Kunst des 20. Jahrhunderts
1999: Geschäftsführer Christie's Deutschland
Inselstraße 15
40479 Düsseldorf
Seit 2001: Vizepräsident Sotheby's Deutschland GmbH
St.-Apern-Strasse 17-21
50667 Köln
Gespräche am 12.07.1999, am 04.07.2001 und am 28.04.2003.

Josef W. Froehlich
Sammler
Brunnenwiesen
70619 Stuttgart
Gespräch am 12.08.2002.

Brett Gorvy
Kunsthistoriker
Abteilungsleiter der Abteilung „Postwar and Contemporary Art“ bei
Christie's New York
20, Rockefeller Plaza
New York 10020
USA
Gespräch am 02.07.2003.

Gerd Hatje
Verleger, Kunstsammler
Hatje Cantz Verlag
Senefelderstraße 12
73760 Ostfildern
Gespräch am 31.07.1999, am 8. Mai 2001 und am 11. August 2003.

II

Claudia Herstatt
Pressesprecherin documenta IX und documenta X
1999: Pressesprecherin der Kunstmesse Art Forum Berlin
seit 2001: Journalistin, DIE ZEIT, Kunstmarkt
Hagedornstraße 31
22763 Hamburg
Gespräche am 26.07.1999, am 12. März 2001 und am 20.01.2003.

Ulrich Hofstätter
Kunsthändler
Hofgalerie
Spiegelgasse 14
A-1010 WIEN
Gespräch am 02.06.1999.

Dr. Heinz Hunstein
Sammler
Königstor 15
34117 Kassel
Gespräch am 08.08.1999, am 27.04.2001 und am 05.06.2002.

Dr. Agnes Husslein-Arco
Kunsthistorikerin
1999: Geschäftsführerin Sotheby's Kunstauktionen Ges. m.b.H.
Repräsentantin für Österreich, Ungarn und Tschechien
Palais Breuner
Singerstraße 16
A-1010 WIEN
Gespräch am 02.06.1999.

Hans-Jürgen Müller
Galerist
Senefelderstrasse
70174 Stuttgart
Gespräch am 11.03.2002

Andreas Rumbler
1999: Direktor der Abteilung „Impressionismus und Moderne“, Christie's
London
8, King Street
St. James's
GB- London SW1Y 6QT
Seit 2001: Geschäftsführer Christie's Deutschland GmbH
Inselstrasse 26
D- 40479 Düsseldorf
Gespräche am 30.07.1999, am 11.11.2000 und am 09.12.2002.

III

Rudolf Scharpff
Kunstsammler
Robert-Bosch-Strasse 14 A
70192 Stuttgart
Gespräch am 05.03.2003.

Dr. Stephanie Tasch
Provenienzforscherin und Journalistin
Claudiusstrasse 6
10557 Berlin
Gespräche am 29.02.2000, am 21.08.2001 und am 22.07.2002.

Michael Zeller
Öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für Kunst und
Antiquitäten sowie Juwelen und öffentlich bestellter und vereidigter
Auktionator
Auktionshaus Zeller
Bindergasse 7
88131 Lindau/B.
Gespräche am 19.07.1999 und am 01.10.2001 und am 19.02.2003.

Roman Zenner
Galerist
Mörikestraße 32
70178 Stuttgart
Gespräch am 21.07.1999.

Interviewleitfaden

A: Akteure des Kunstmarkts

- a. Die eigene Rolle; Werdegang
- b. Der Umgang mit Künstlern
- c. Der Umgang mit Sammlern/Käufern
- d. Der Umgang mit Galerien
- e. Der Umgang mit Museen und Ausstellungshäusern
- f. Der Umgang mit Auktionen
- g. Messeerfahrung
- h. Der Umgang mit den Medien

B: Historische Entwicklung

- a. Bis 1933
- b. Krieg, Emigration, Vertreibung
- c. Neuanfang nach 1945
- d. Zäsuren?

C: Entwicklungslinien

- a. Professionalisierung: Qualität von:
 - Experten
 - Beratung
 - Kundendienst
 - Berichterstattung
- b. Kunst als Event
- c. Orte in der Stadt: Museum, Galerie, Auktionshaus
- d. Orte in der Welt: London, Paris, New York, (Stuttgart)

D: Die Zukunft des Markts

- a. Sinn und Folgen eines Folgerechts
- b. Marktöffnung in Frankreich
- c. Kunst aus dem Internet
- d. Konkurrenz Handel/Auktion

B.) Literaturverzeichnis

Buchveröffentlichungen

AALDERS (2000):

AALDERS, Gerard: Geraubt!, Köln 2000.

ADORNO/HORKHEIMER (1984):

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max: Dialektik der Aufklärung, in: ADORNO, Theodor W.: Gesammelte Schriften, Band 3, Frankfurt/M. 1984: 7-296.

ADRIANI (1999):

ADRIANI, Götz: Ein Museum für Neue Kunst, in: ADRIANI, Götz (Hg.): Kunst Sammeln, Ostfildern-Ruit 1999: 9-17.

AKISHA/KOZLOV (1995):

AKISHA, Konstantin; KOZLOV, Grigorii: Beautiful loot, New York 1995.

ALMEROTH (1986):

ALMEROTH, Thomas: Kunst- und Antiquitätenfälschungen, Frankfurt/M. 1986.

ALPERS (2003):

ALPERS, Svetlana: Rembrandt als Unternehmer, Köln 2003.

ALSOP (1982):

ALSOP, Joseph: The Rare Art Traditions - The History of Art Collecting and Its Linked Phenomena Wherever These Have Appeared, London 1982.

ALTHÖFER (1976):

ALTHÖFER, Heinz: Kennerschaft und Wissenschaft, in: ALTHÖFER, Heinz; BAER, Inge; u. a. (Hg.): Fälschung und Forschung, Essen, Berlin 1976: 157-169.

AMMAN (2002):

AMMAN, Jean-Christophe: Ohne die Wirtschaft geht es nicht; in: MEYER, Jörn-Axel; EVEN, Ralf (Hg.): Die Zukunft des Kunstmarktes, Lohmar, Köln 2002: 53-63.

AMAT (1961):

AMAT, Roman de (Hg.): Dictionnaire de Biographie Francaise, Paris 1961.

AMEND (2002):

AMEND, Thomas: Die Institutionalisierung von Kunst in einem Kunst-Fonds, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 235-239.

ANGERER (2002):

VI

- ANGERER, Marie-Luise: Performance und Performativität, in:
BUTIN, Hubertus (Hg.): Du Monts Begriffslexikon zur
zeitgenössischen Kunst, Köln 2002: 241-245.
- ARENDT (1994):
ARENDT, Hannah: Vita activa, München 1994.
- ARNAU (1969):
ARNAU, Frank: Kunst der Fälscher - Fälscher der Kunst,
Düsseldorf, Wien 1969.
- ARTALE (1997):
ARTALE, Angelo: Rings in Auctions - An Experimental Approach,
Berlin, Heidelberg, New York 1997.
- ASHENFELTER/ GRADDY (2002):
ASHENFELTER, Orley; GRADDY, Kathryn: Art Auctions: A
Survey of Empirical Studies, Cambridge/Massachusetts 2002.
- ASSOULINE (1991):
ASSOULINE, Pierre: An artful life, New York 1991.
- AULINGER (1992):
AULINGER, Barbara: Kunstgeschichte und Soziologie, Berlin
1992.
- BACHTLER (2003):
BACHTLER, Monika: Sammlerlust, München, Berlin, London,
New York 2003.
- BAECKER (2001):
BAECKER, Dirk: Worin besteht der Wert des Wertes?, in: ANNA,
Susanne; DÖRSTEL, Wilfried; SCHULTZ-MÖLLER, Regina
(Hg.): WertWechsel. Zum Wert des Kunstwerks, Köln 2001: 11-25.
- BAIER-DE HAAN (2001):
BAIER-DE HAAN, Rosmarie: Post-national, trans-national,
global?, in: HINZ, Hans Martin (Hg.): Das Museum des Global
Village, Frankfurt/M. 2001: 48-59.
- BARRON (1992):
BARRON, Stephanie: 1937 Moderne Kunst und Politik im
Vorkriegsdeutschland, in: BARRON, Stephanie (Hg.): Entartet
Kunst! Das Schicksal der Avantgarde im Nazi-Deutschland,
München 1992: 9-23.
- BAUER (1967):
BAUER, Raymond: The Concept of Perceived Risk, COX, Donald
(Hg.): Risk Taking and Information Handling in Consumer
Behavior, Boston 1967: 9-27.
- BAUHAUS-ARCHIV U. A. (1996):
BAUHAUS-ARCHIV Berlin; LANDESBILDSTELLE Berlin;
KÖHLER, Jan; MARUHN, Jan; SENGER, Nina (Hg.): Berliner
Lebenswelten der zwanziger Jahre, Frankfurt/M. 1996.

VII

BAUMGÄRTL (2002):

BAUMGÄRTL, Tilman: Netzkunst - Kunst im Internet, in: BUTIN, Hubertus (Hg.): Du Monts Begriffslexikon zur zeitgenössischen Kunst, Köln 2002: 228-231.

BECKER (2000):

BECKER, Bettina M. Kultur online, in: HEINRICHS, Werner; KLEIN, Armin (Hg.): Deutsches Jahrbuch für Kulturmanagement 1999, Band 3, Baden-Baden 2000: 231-242.

BEDFORD (1970):

BEDFORD, John Herzog von: Traktat über die feine britische Art, Frankfurt/M., Hamburg 1970.

BEIGBEDER (2001):

BEIGBEDER, Frédéric: Neununddreißig Neunzig, Reinbek 2001.

BEIL (1995):

BEIL, Dirk: Ausgewählte Marketingmaßnahmen des deutschen Kunst- und Antiquitätenhandels vor dem Hintergrund gegenwärtiger Verhaltenstendenzen privater Kunstinteressenten, Mannheim 1995.

BEHRMANN (1953):

BEHRMANN, Siegfried: Duveen, Wien 1953.

BELTING (1977):

BELTING, Hans: Das Ende der Kunstgeschichte, München 2002.

BENJAMIN (1977):

BENJAMIN, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, Frankfurt/M. 1977.

BERGGRUEN (1996):

BERGGRUEN, Heinz: Hauptweg und Nebenwege, Berlin 1996.

BERNDT (2002):

BERNDT, Frank: Die Kunst des Impressionismus und der klassischen Moderne, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 112-117.

BISCHOF (2003):

BISCHOF, Ulf: Die Kunst und Antiquitäten GmbH im Bereich Kommerzielle Koordinierung, Berlin 2003.

BLANKE (2002):

BLANKE, Thomas: Unternehmen nutzen Kunst, Stuttgart 2002.

BLOCH (1976):

BLOCH, Peter: Fälschung und Forschung im Überblick, in: ALTHÖFER, Heinz; BAER, Inge; u. a. (Hg.): Fälschung und Forschung, Essen, Berlin 1976: 7-11.

BOESE (2000):

VIII

BOESE, Oliver: Strafrechtliche Verantwortlichkeit für Verweisungen durch Links im Internet, Frankfurt/M., Berlin, Bern, Brüssel, New York, Oxford, Wien 2000.

BONUS/RONTE (1995):

BONUS, Holger; RONTE, Dieter: Credibility and economic value in the visual arts, Münster 1995.

BONUS/RONTE (1997):

BONUS, Holger; RONTE, Dieter: Die Wa(h)re Kunst, Stuttgart 1997.

BONUS/RONTE (2002):

BONUS, Holger; RONTE, Dieter: Glaubwürdigkeit von Kunst und Künstlern, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 41-49.

BONUS (2001):

BONUS, Holger: Kunst der Ökonomie, Münster 2001.

BOURDIEU (1983):

BOURDIEU, Pierre: Zur Soziologie der symbolischen Formen, Frankfurt am Main 1983.

BOURDIEU (1982):

BOURDIEU, Pierre: Die feinen Unterschiede – Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt/M. 1982.

BRAMS (2003):

BRAMS, Koen: Erfundene Kunst – Eine Enzyklopädie fiktiver Künstler von 1605 bis heute, Frankfurt/M. 2003.

BRAUCHITSCH (2002):

BRAUCHITSCH, Boris von: Kleine Geschichte der Fotografie, Stuttgart 2002.

BREYHAM (1997):

BREYHAM, Christine: Die Freiheit des Sammlers – Grenzen des Museums, Essen 1997.

BROCKHAUS (1997):

BROCKHAUS - Die Enzyklopädie, Band 12, Leipzig, Mannheim 1997.

BROCKHAUS (2002):

BROCKHAUS; Christoph: Skulptur ist Raumkunst, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 50-51.

BROOKS (2001):

BROOKS, David: Die Bobos – Der Lebensstil einer neuen Elite, München 2001.

BRUHN (1991):

IX

- BRUHN, Manfred: Sponsoring - Unternehmen als Mäzene und Sponsoren, Wiesbaden 1991.
- BULLINGER (1997):
BULLINGER, Winfried: Kunstwerkfälschung und Urheberrechtspersönlichkeit, Berlin 1997.
- BYRNE-SUTTON/GEISINGER-MARIETHOZ (1999):
BYRNE-SUTTON, Quentin; GEISINGER-MARIETHOZ, Fabienne: Art-Law Guide, Genf 1999.
- CARL/GÜTTLER/SIEHR (2001):
CARL, Michael; GÜTTLER, Herbert; SIEHR, Kurt: Kunstdiebstahl vor Gericht, Berlin 2001.
- CASSADY (1967):
CASSADY, Ralph: Auctions and Auctioneering, Berkeley 1967.
- CARRIER (1985):
CARRIER, David: Art and Its Market, in: HERTZ, Richard (Hg.): Theories of Contemporary Art, Englewood Cliffs 1985: 185-203.
- COLLINGS (1997):
COLLINGS, Matthew: Blimey!, London 1997.
- COLLINGS (2001):
COLLINGS, Matthew: Art Crazy Nation, London 2001.
- CULME (1996):
CULME, John: Icon of an Era – The Estate of Jacqueline Kennedy Onassis, in: Sotheby's (Hg.): Art at Auction, London 1996: 21-28.
- CZERNIN (1999):
CZERNIN, Hubertus: Die Fälschung, Wien 1999.
- CZICHOS (2002):
CZICHOS, Horst: Was ist falsch am falschen Rembrandt? Und wie hart ist Damaszener Stahl?, Berlin 2002.
- DANIELS (1996):
DANIELS, Dieter: Hand-Name-Schrift-Medium-Identität: Signatur, in: KLOTZ, Heinrich (Hg.): Perspektiven der Medienkunst, Karlsruhe, Ostfildern-Ruit 1996: 49-57.
- DONATH (1923):
DONATH, Adolph: Der Kunstsammler - Psychologie des Kunstsammelns, Berlin 1923.
- DORNBRACHT (2002):
DORNBRACHT, Andreas: Die Zukunft des Kunstmarktes; in: MEYER, Jörn-Axel; EVEN, Ralf (Hg.): Die Zukunft des Kunstmarktes, Lohmar, Köln 2002: 95-100.
- DÖRSTEL/JACOBS (2000):

DÖRSTEL, Wilfried; JACOBS, Brigitte: Kunstmesse gegen Alphaville. Zur Entwicklungsgeschichte der Messen für moderne Kunst, in: KRIPS, Maximilian; FESEL, Bernd: Galerien in Deutschland – Schnittstelle Kunst + Markt, Köln 2000: 12-15.

DÖRSTEL (2002):

DÖRSTEL, Wilfried: Kunstmarkt ohne Kunstwerk. Die Zukunft des Kunstmarktes liegt in seiner Beschreibung; in: MEYER, Jörn-Axel; EVEN, Ralf (Hg.): Die Zukunft des Kunstmarktes, Lohmar, Köln 2002: 13-18.

DOUDART DE LA GREE (1968):

DOUDART DE LA GREE, Marie-Louise: Ich war Vermeer, Gütersloh 1968.

DRINKUTH (2003):

DRINKUTH, Friederike Sophie: Der moderne Auktionshandel, Köln, Weimar, Wien 2003.

DUGUET (1996):

DUGUET, Anne-Marie: Führt Interaktivität zu neuen Definitionen in der Kunst?, in: KLOTZ, Heinrich (Hg.): Perspektiven der Medienkunst, Karlsruhe, Ostfildern-Ruit 1996: 36-41.

DÜRRENMATT (1980):

DÜRRENMATT, Friedrich: Grieche sucht Griechin, Zürich 1980.

DUVEEN (1957):

DUVEEN, Joseph: The Raise of the House Duveen, London 1957.

EHALT (1998):

EHALT, Hubert Christian: Kunst im 20. Jahrhundert: Autonomie, Desintegration, neue Aufgaben, in: RÖNTE, Dieter: Ist Kunst vermittelbar? Ist Kunstvermittlung eine Kunst?, Wien 1998: 9-17.

EL HARIRI (2002):

EL HARIRI, Marianne: Die Kunstmesse als Marketinginstrument: Teilnahmekriterien aus Sicht des Veranstalters, in: HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Die Kunstmesse als Marketinginstrument, Köln 2002: 3-10.

ENGELBRECHT-WIGGANS (1983):

ENGELBRECHT-WIGGANS, Richard: An Introduction to the Theory of Bidding for a Single Object, in: ENGELBRECHT-WIGGANS, Richard: Auctions, Bidding, and Contracting, New York 1983: 129-147.

EWERBECK (1994):

EWERBECK, Niels (Hg.): Die Zukunft der Avantgarde-Galerie, Wien 1994.

FACKLER (1991):

- FACKLER, Hartmut, KONERMANN, Peter: Praxis des Versteigerungsrechts, München 1991.
- FALCKENBERG (2003):
FALCKENBERG, Harald: Ziviler Ungehorsam. Kunst im Klartext, Regensburg 2003.
- FAUST (1982):
FAUST, Wolfgang Max; FRIES, Gerd de: Hunger nach Bildern, Köln 1982.
- FAUST (1993):
FAUST, Wolfgang Max: Dies alles gibt es also, Ostfildern-Ruit 1993.
- FELICIANO (1998):
FELICIANO, Hector: Das verlorene Museum, Berlin 1998.
- FESEL (2000):
FESEL, Bernd: Kunst hat Konjunktur und die Konjunktur hat die Kunst, in: KRIPS, Maximilian; FESEL, Bernd: Galerien in Deutschland – Schnittstelle Kunst + Markt, Köln 2000: 24-27.
- FESEL (2002):
FESEL, Bernd: Kommerzielle Kunstvermittlung in der Informationsgesellschaft: Entmystifizierung der Zahlen, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 310-324.
- FIEDLER (1995):
FIEDLER, Wilfried: Kulturgüter als Kriegsbeute?, Heidelberg 1995.
- FLICK (2003):
FLICK, Gert-Rudolf: Missing Masterpieces – Lost Works of Art 1450 – 1900, London 2003.
- FORDEN (2002):
FORDEN, Sara Gay: GUCCI – Mord, Mode und Business, Frankfurt/M. 2002.
- FRANCINI/KREIS/HEUSS (2001):
FRANCINI, Esther; KREIS, Georg; HEUSS, Anja: Fluchtgut – Raubgut, Zürich 2001.
- FRANZ (2002):
FRANZ, Erich: Wie erkennt man die Qualität eines Kunstwerkes?, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 22-28.
- FREDERICKSEN/ARMSTRONG (2002):

- FREDERICKSEN, Burton; ARMSTRONG, Julis (Hg.): Verzeichnis der Gemälde im deutschsprachigen Raum vor 1800, München 2002.
- FREHNER (1998):
FREHNER, Matthias: „Das wird toll und immer toller“ – Der größte Kunstraub der Geschichte, in: FREHNER, Matthias (Hg.): Das Geschäft mit der Raubkunst, Zürich 1998: 79-86.
- FRIEDRICHS (1990):
FRIEDRICHS, Jürgen: Methoden der empirischen Sozialforschung, Opladen 1990.
- FREY/POMMEREHNE (1993):
FREY, Bruno; POMMEREHNE, Werner: Musen und Märkte, München 1993.
- FREY (2000):
FREY, Bruno: Arts&Economics: Analysis&Cultural Policy, Heidelberg 2000.
- FRIELING (2002):
FRIELING, Rudolf: Videokunst, in: BUTIN, Hubertus (Hg.): Du Monts Begriffslexikon zur zeitgenössischen Kunst, Köln 2002: 295-299.
- FRÜH (1998):
FRÜH, Werner: Inhaltsanalyse – Theorie und Praxis, Konstanz 1998.
- FULD (1999):
FULD, Werner: Lexikon der Fälschungen, Frankfurt/M. 1999.
- GAEHTGENS (2001):
GAEHTGENS, Thomas: Vom Inhalt zur Form, in: POPHANKEN, Andrea; BILLETER, Felix (Hg.): Die Moderne und ihre Sammler, Berlin 2001: 1-9.
- GAILLARD/QUEMIN/CHALMIN/BOREL/SOUSI/MAUGER (2001):
GAILLARD, Yann; QUEMIN, Alain; CHALMIN, Philippe; BOREL, Christian; SOUSI, Gerard; MAUGER, Laurence: Code des ventes volontaires et judiciaires, Lyon 2001.
- GALENSON (2002):
GALENSON, David W.: The Life-Cycles of Modern Artists, New York 2002.
- GARRETT (1994):
GARRETT, Wendell: The Auction House Revisited, in: Sotheby's (Hg.): Art at Auction, London 1994: 50-56.
- GERLACH (1998):

XIII

- GERLACH, Thilo: Die Haftung für fehlerhafte Kunstexpertisen, Baden-Baden 1998.
- GEUTING (2002):
GEUTING, Marcus: Unternehmenskonzept und rechtliche Rahmenbedingungen, in: HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Einstieg in den Kunstmarkt, Köln 2002: 12-16.
- GOETHE (1997):
GOETHE, Johann Wolfgang von: Der Sammler und die Seinigen, Dresden 1997.
- GOHR (1990):
GOHR, Siegfried: Das Kunstmuseum zwischen Avantgarde und Salon, in: PREISS, Achim; STAMM, Karl; ZEHNER, Frank Günther (Hg.): Das Museum – Die Entwicklung in den 80er Jahren, München 1990: 230-237.
- GOMBRICH (1993):
GOMBRICH, Ernst: Die Kunst, Kunst zu sammeln, in: GOMBRICH, Ernst: Kunst und Kritik, Stuttgart 1993: 192-205.
- GONZALEZ (2000):
GONZALEZ, Thomas; WEIS, Robert (Hg.): Die Kunst, mit Kunst Geld zu verdienen, Wiesbaden 2000.
- GONZALEZ (2002):
GONZALEZ, Thomas: Kunstinvestment Guide, München 2002.
- GONZALEZ (2002-2):
GONZALEZ, Thomas: Kunstinvestment: Geschichte-Marktstruktur-Preisbildung, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 79-103.
- GOODROW (2002):
GOODROW, Gérard: Inspiration und Innovation – Zeitgenössische Kunst als Katalysator der Unternehmenskultur, in: FELIX, Zdenek; HENTSCHEL, Beate; LUCKOW, Dirk (Hg.): Art&Economy, Hamburg 2002: 78-88.
- GÖRNER (2002):
GÖRNER, Veit: Sensations, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 134-148.
- GRASSKAMP (1992):
GRASSKAMP, Walter: Die unästhetische Demokratie - Kunst in der Marktgesellschaft, München 1992.
- GRASSKAMP (1994):
GRASSKAMP, Walter: Die unbewältigte Moderne - Kunst und Öffentlichkeit, München 1994.
- GRASSKAMP (2002):

GRASSKAMP, Walter: Wie der Erfolg der Kunst ihren Betrieb verändert hat, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 61-66.

GRASSKAMP (2002-2):

GRASSKAMP, Walter: Der Sammler geht voran; in: MEYER, Jörn-Axel; EVEN, Ralf (Hg.): Die Zukunft des Kunstmarktes, Lohmar, Köln 2002: 65-71.

GROSZ/DELHAES (1999):

GROSZ, Andreas, DELHAES, Daniel: Die Kultur AG - Neue Allianzen zwischen Wirtschaft und Kultur, München 1999.

GROYS (1997):

GROYS, Boris: Logik der Sammlung – Am Ende des musealen Zeitalters, München 1997.

GUGGENHEIM (1998):

GUGGENHEIM, Peggy: Ich habe alles gelebt, Bergisch Gladbach 1998.

GUILBAUT (1997):

GUILBAUT, Serge: Wie New York die Idee der modernen Kunst gestohlen hat, Dresden, Basel 1997.

GÜNTER/HAUSMANN (2002):

GÜNTER, Bernd; HAUSMANN, Andrea: Zur Entwicklung des Kunstmarktes. Thesen aus der Sicht des Marketing; in: MEYER, Jörn-Axel; EVEN, Ralf (Hg.): Die Zukunft des Kunstmarktes, Lohmar, Köln 2002: 115-125.

GURATZSCH (1998):

GURATZSCH, Herwig (Hg.): Maximilian Speck von Sternburg: Ein Europäer der Goethezeit als Kunstsammler, Leipzig 1998.

HAASE (2000):

HAASE, Günther: Die Kunstsammlung des Reichsmarschalls Hermann Göring, Berlin 2000.

HABERLAND (2002):

HABERLAND, Irene: Deutsche Malerei im 19. Jahrhundert, Köln 2002.

HABIGHORST (2001):

HABIGHORST, Oliver: Geschäftsmodell „Galerie“: Rechtliche Rahmenbedingungen, in: FESEL, Bernd; HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Geschäftsmodell „Galerie“ – Businessplan & Investitionen, Köln 2001: 14-23.

HAMM (2002):

HAMM, Dorothee: Der neue Markt der Kunstszenen – Fotografie als Sammelgebiet, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 150-158.

HARTENSTEIN (1997):

HARTENSTEIN, Silke: Galeriearbeit mit zeitgenössischer Kunst in der Bundesrepublik Deutschland, Kassel 1997.

HAUSMANN (2002):

HAUSMANN, Andrea: Die Kunstmesse als Marketinginstrument: Erfolgsfaktoren für Galerien, in: HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Die Kunstmesse als Marketinginstrument, Köln 2002: 11-16.

HEBBORN (1999):

HEBBORN, Eric: Der Kunstfälscher, Köln 1999.

HEBBORN (2003):

HEBBORN, Eric: Kunstfälschers Handbuch, Köln 2003.

HEGEWISCH (1995):

HEGEWISCH, Katharina: Das Ende der Avantgarde – Kunst als Dienstleistung, München 1995.

HEIN (2003):

HEIN, Ines: Wertentwicklungsmechanismen auf dem Bildermarkt, in: LOOCK, Friedrich; BIRNKRAUT, Gesa (Hg.): Kultur im Dialog mit Politik und Gesellschaft, Hamburg 2003: 51-73.

HENDERSON/QUADT (1983):

HENDERSON, James; QUADT, Richard: Mikroökonomische Theorie, München 1983.

HENRY (1920):

HENRY, Daniel (alias Daniel Henry Kahnweiler): Der Weg zum Kubismus, München 1920.

HENTSCHEL (2002):

HENTSCHEL, Beate: Art Stories: Kunst in Unternehmen, in: FELIX, Zdenek; HENTSCHEL, Beate; LUCKOW, Dirk (Hg.): Art&Economy, Hamburg 2002: 112-124.

HERBERT (1990):

HERBERT, John: Inside Christie's, New York 1990.

HERCHENRÖDER (1972):

HERCHENRÖDER, Christian: Die Kunstmärkte, Düsseldorf 1972.

HERCHENRÖDER (1990):

HERCHENRÖDER, Christian: Die neuen Kunstmärkte, Düsseldorf 1990.

HERCHENRÖDER (2000):

HERCHENRÖDER, Christian: Die Kunstmärkte im Wandel, Düsseldorf 2000.

HERCHENRÖDER (2003):

HERCHENRÖDER, Christian: Auktionen, Zürich 2003.

HERMANN (2002):

HERMANN, Arnold: Neue Wege in der Kunstförderung; in: MEYER, Jörn-Axel; EVEN, Ralf (Hg.): Die Zukunft des Kunstmarktes, Lohmar, Köln 2002: 19-30.

HERRMANN (1980):

HERRMANN, Frank: Sotheby's – Portrait of an Auction House, London 1980.

HERSTATT (1988):

HERSTATT, Claudia: Belgien, Freiburg/Br. 1988.

HERSTATT (1999):

HERSTATT, Claudia: Galerien in Deutschland, Köln 1999.

HERSTATT (2000):

HERSTATT, Claudia: Galeriearbeit zu Beginn des 21. Jahrhunderts: Internationaler, schneller, gnadenloser, in: KRIPS, Maximilian; FESEL, Bernd: Galerien in Deutschland – Schnittstelle Kunst + Markt, Köln 2000: 28-33.

HERSTATT (2002):

HERSTATT, Claudia: Fit für den Kunstmarkt, Ostfildern-Ruit 2002.

HEUSS (1998):

HEUSS, Anja: Die Vernichtung jüdischer Sammlungen in Berlin, in: FREHNER, Matthias (Hg.): Das Geschäft mit der Raubkunst, Zürich 1998: 97-103.

HEUSS (2000):

HEUSS, Anja: Kunst- und Kulturraub, Heidelberg 2000.

HOEHME (2002):

HOEHME, Gerhard: Die Isolation ist Dein Aug' und Dein Schatten, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 277-292.

HOFFMANN (2002):

HOFFMANN, Bernd von: Internationales Privatrecht, München 2002.

HOGREFE (1986):

HOGREFE, Jeffrey: Wholly Unacceptable – The Bitter Battle for Sotheby's, New York 1986.

HOLERT (2002):

HOLERT, Tom: Kunstkritik, in: BUTIN, Hubertus (Hg.): Du Monts Begriffslexikon zur zeitgenössischen Kunst, Köln 2002: 190-193.

HOLLEIN (1999):

HOLLEIN, Max: Zeitgenössische Kunst und der Kunstmarktboom, Wien 1999.

HOLLEIN (2002):

HOLLEIN, Max: Boom, Crash: Schauplatz Kunstmarkt, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 125-133.

HÖLSCHER (1995):

HÖLSCHER, Tonio: Formen der Kunst und Formen des Lebens, in: HÖLSCHER, Tonio, LAUTER, Rolf (Hg.): Formen der Kunst und Formen des Lebens, Ostfildern-Ruit 1995: 11-45.

HONSEL (1984):

HONSEL, Jan: Das Kaufverhalten auf dem Antiquitätenmarkt, Frankfurt/M., Bern, New York 1984.

HOPPE (2001):

HOPPE, Britta: Biedermeiermöbel, Köln 2001.

HÖRMANN (1991):

HÖRMANN, Ingeborg: Die Vernissage, London, Worms 1991.

HUIBERTS/KOOISTRA (2003):

HUIBERTS, Ard; KOOISTRA, Sander: Valse Kunst, Amsterdam 2003.

HUMMEL (1992):

HUMMEL, Marlies: Neuere Entwicklungen bei der Finanzierung von Kunst und Kultur durch Unternehmen, München 1992.

IBACH (2002):

IBACH, Sabine: Versicherung von Kunstwerken: Bedingungen und räumliche Voraussetzungen, in: HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Sorgfaltspflichten im Kunsthandel, Köln 2002: 11-14.

IRLE (1997):

IRLE, Klaus: Fälschungen, Köln 1997.

IRVING (1970):

IRVING, Clifford: Gefälscht, Stuttgart 1970.

JACOBSON (1994):

JACOBSON, Marjory: Kunst im Unternehmen, Frankfurt/M. 1994.

JAUERNIG (1997):

JAUERNIG, Othmar (Hg.): Bürgerliches Gesetzbuch, München 1997.

JAYME (1999):

JAYME, Erik: Nationales Kunstwerk und internationales Privatrecht, Heidelberg 1999.

JEDDING (1979):

XVIII

- JEDDING, Hermann: Meißner Porzellan des 18. Jahrhunderts, München 1979.
- KABAKOV (1995):
KABAKOV, Ilya: Über die "totale" Installation - On the "total" installation, Ostfildern-Ruit 1995.
- KAHNWEILER (1961):
KAHNWEILER, Daniel-Henry: Meine Maler - meine Galerien, Köln 1961.
- KARCHER (2000):
KARCHER, Eva: Auf der Suche nach dem Gleichgewicht zwischen Marktelite und Populärkultur, in: KRIPS, Maximilian; FESEL, Bernd: Galerien in Deutschland – Schnittstelle Kunst + Markt, Köln 2000: 18-23.
- KAUFHOLD (1999):
KAUFHOLD, Enno: Berliner Interieurs 1910-1930, Berlin 1999.
- KEMP (2002):
KEMP, Wolfgang: Vertraulicher Bericht über den Verkauf einer Kommode, München, Wien 2002.
- KEMPER/SEGGELE (2003):
KEMPER, Hella; SEGGELE, Ute Karen: Sammelust, Hildesheim 2003.
- KETELSEN (2000):
KETELSEN, Thomas: Rembrandt, oder nicht? Zur Kritik der Kennerschaft, in: KETELSEN, Thomas (Hg.): Rembrandt, oder nicht?, Ostfildern-Ruit 2000: 9-10.
- KETTERER (1988):
KETTERER, Roman Norbert: Dialoge – Bildende Kunst und Kunsthandel, Stuttgart, Zürich 1988.
- KETTERER (1988-2):
KETTERER, Roman Norbert: Dialoge – Stuttgarter Kunstkabinett und Moderne Kunst, Stuttgart, Zürich 1988.
- KETTERER (1999):
KETTERER, Roman Norbert: Legenden am Auktionspult, München 1999.
- KICKEN/KICKEN (2002):
KICKEN, Annette; KICKEN, Rudolf: Das Sammeln von Fotografien – Entwicklung und aktuelle Trends, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 159-165.
- KIENLE (1998):

- KIENLE, Marc: Internationales Strafrecht und Straftaten im Internet, Konstanz 1998.
- KLASTER (1982):
KLASTER, Jan Bart (Hg.): Zum ersten...zum zweiten...zum dritten!, Eltville 1982.
- KLEIN (2001):
KLEIN, Naomi: No Logo!, München 2001
- KLEIN (1993):
KLEIN, Ulrike: Der Kunstmarkt: Zur Interaktion von Ästhetik und Ökonomie, Frankfurt/M., Berlin, Bern, New York, Paris, Wien 1993.
- KLEINKNECHT/KÜFFNER/SCHMID (2002):
KLEINKNECHT, Jutta; KÜFFNER, Marianne; SCHMID, Carlo: Graphik – Handzeichnungen und Druckgraphik, Köln 2002.
- KOCH (1915):
KOCH, Günther: Kunstwerke und Bücher am Markt, Esslingen 1915.
- KOELEN (2002):
KOELEN, Dorothea van der: Marketing-Ideen im Kunstbetrieb, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 353-363.
- KOESTLER (1964):
KOESTLER, Arthur: The Act of Creation, London, New York 1964.
- KOGELFRANZ/KORTE (1994):
KOGELFRANZ, Siegfried; KORTE, Willi: Quedlinburg – Texas und zurück, München 1994.
- KOLLMANN (2002):
KOLLMANN, Tobias: Virtuelle Marktplätze im Kunsthandel, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 171-177.
- KORINTHENBERG (2002):
KORINTHENBERG, Gerd: Presse-, Öffentlichkeitsarbeit und der Umgang mit Journalisten, in: HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Einstieg in den Kunstmarkt, Köln 2002: 28-31.
- KOSCHATZKY (1976):
KOSCHATZKY, Walter: Fälschung und Forschung in Zeichnung und Grafik, in: ALTHÖFER, Heinz; BAER, Inge; u. a. (Hg.): Fälschung und Forschung, Essen, Berlin 1976: 129-140.
- KOSUTH (1981):
KOSUTH, Joseph: Bedeutung von Bedeutung, Stuttgart 1981.
- KRÄKEL (1992):

- KRÄKEL, Matthias: Auktionstheorie und interne Organisation, Wiesbaden 1992.
- KREUZ (2003):
KREUZ, Bernd: Die Kunst der Marke, Ostfildern-Ruit 2003.
- KRYSTOF (2002):
KRYSTOF, Doris: Ortsspezifität, in: BUTIN, Hubertus (Hg.): Du Monts Begriffslexikon zur zeitgenössischen Kunst, Köln 2002: 232-236.
- KUNZE (2000):
KUNZE, Hans Henning: Restitution entarteter Kunst, Berlin, New York 2000.
- KÜNZL/KOEPPPEL (2002):
KÜNZL, Ernst; KOEPPPEL, Gerhard: Souvenirs und Devotionalien, Mainz 2002.
- KURZ (1989):
KURZ, Jakob: Kunstraub in Europa 1938-1945, Hamburg 1989.
- KUSPIT (1995):
KUSPIT, Donald: Der Kult vom Avantgardenkünstler, Klagenfurt 1995.
- LACEY (1998):
LACEY, Robert: Sotheby's - Bidding for Class, Boston 1998.
- LEARMOUNT (1985):
LEARMOUNT, Brian: A history of the auction, London 1985.
- LEHMANN (2002):
LEHMANN, Benno: Zeitgenössische Kunstwerke als Kapitalanlage, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 104-111.
- LIEBS (2000):
LIEBS, Holger: Paradigma und Paragone, in: DIECKHOFF, Wilfried; KÖNIG, Kasper: In Between, Köln 2000: 20-27.
- LILLIE (2003):
LILLIE, Sophie: Was einmal war, Wien 2003.
- LÖWE-HAMPP (1997):
LÖWE-HAMPP, Gabriela (Hg.): Kunst und Krempel, München, Berlin 1997.
- MAILFERT (1967):
MAILFERT, André: Denn sie wollen betrogen sein, Frankfurt/M., Berlin 1967.
- MALTZAN/SCHROETER-HERREL (2002):

- MALTZAN, Bernd von; SCHROETER-HERREL, Christina: Kunstberatung als Bestandteil des individuellen Vermögensmanagements im Private Banking, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 202-209.
- MATHIEU (1998):
MATHIEU, Kai (Hg.): Froschkönige und Dornröschen, Bad Homburg v. d. Höhe 1998.
- MATTHAES (1997):
MATTHAES, Gottfried: Illustriertes Handbuch des Kunstsammlers zur Echtheitserkennung von Antiquitäten, Mailand 1997.
- MARTENS (1999):
MARTENS, Stefan: Görings Reich – Selbstinszenierungen in Carinhall, Berlin 1999.
- MARTIN (2002):
MARTIN, Jörg: Kunst und Internet, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 178-186.
- MARQUARDT (1998):
MARQUARDT, Martin: Original oder Fälschung?, Augsburg 1998.
- MARX/ARENS (1992):
MARX, Helmut; ARENS, Heinrich: Der Auktionator. Kommentar zum Recht der gewerblichen Versteigerung. Neuwied, Kriftel, Berlin 1992.
- MARX (1973):
MARX, Karl: Theorien über den Mehrwert, in: MARX, Karl; ENGELS, Friedrich: Werke, Band 26, Berlin 1973: 1-1472.
- MAURICE (1997):
MAURICE, Klaus: 25 Jahre Bayrische Landesstiftung 1972 – 1997, München 1997.
- MAZZONI (2001):
MAZZONI, Gianni: Quadri antichi del Novecento, Rom 2001.
- MÄCKLER (1987):
MÄCKLER, Andreas: Was ist Kunst? 1080 Zitate geben 1080 Antworten, Köln 1987.
- MEISS/GUNTLI (2000):
MEISS, Susanne von; GUNTLI, Reto: Berlin ganz privat, Berlin 2000.
- MENDGEN (1995):
MENDGEN, Eva: In perfect harmony - picture and frame, Amsterdam, Wien 1995.
- MERTEN (1995):

- MERTEN, Klaus: Inhaltsanalyse - Einführung in Theorie, Methode und Praxis, Opladen 1995.
- MOYNIHAN (2000):
MOYNIHAN, Danny: Boogie-Woogie, London 2000.
- MUENSTERBERGER (1994):
MUENSTERBERGER, Werner: Collecting - an Unruly Passion, San Diego, New York, London 1994.
- MÜLLER (1991):
MÜLLER, Heiner: Jenseits der Nation, Berlin 1991.
- MÜLLER-KATZENBERG (1995):
MÜLLER-KATZENBERG, Astrid: Internationale Standards im Kulturgüterverkehr und ihre Bedeutung für das Sach- und Kollisionsrecht, Berlin 1995.
- MÜLLER-KATZENBERG (2002):
MÜLLER-KATZENBERG, Astrid: Auswirkungen der Schuldrechtsreform auf den Kunstmarkt – Konsequenzen für den Kunsthandel: Mängelansprüche, Herausgabeansprüche, Verjährung, in: HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Sorgfaltspflichten im Kunsthandel, Köln 2002: 3-5.
- MUNDORF-UNKRIEG (1999):
MUNDORF-UNKRIEG, Dorothee: Deutsche Unternehmen und ihre Kulturstiftungen zwischen Ökonomie und kulturellem Anspruch, in: HEINZE, Thomas (Hg.): Kulturfinanzierung: Sponsoring – Fundraising - Public-Private-Partnership, Münster 1999: 169-176.
- NEUENDORF (2002):
NEUENDORF, Hans: Virtuelle Galerien: Die große Chance der Kunsthändler, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 187-188.
- NICHOLAS (1997):
NICHOLAS, Lynn: Der Raub der Europa, München 1997.
- NORTH (1992):
NORTH, Michael: Kunst und Kommerz im goldenen Zeitalter, Köln, Weimar, Wien 1992.
- NORTON (1984):
NORTON, Thomas: 100 Years of Collecting in America – The Story of Sotheby Parke Bernet, New York 1984.
- OBERENDER/ZERTH (2002):
OBERENDER, Peter; ZERTH, Jürgen: Einführung in die Mikroökonomie der Kunst unter Berücksichtigung der wachsenden Bedeutung von Informationsmärkten, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 67-75.

ORZECZOWSKI (O. J.):

ORZECZOWSKI, Lothar u. a.: Arnold Bode: documenta Kassel, Kassel o. J.

PALANDT (2001):

PALANDT, Otto (Hg.): Bürgerliches Gesetzbuch, München 2001.

PANOFSKY (1993):

PANOFSKY, Erwin: Idea. Ein Beitrag zur Begriffsgeschichte der älteren Kunsttheorie, Berlin 1993.

PAULINI/TROITZSCH (1991):

PAULINI, Akos; TROITZSCH, Ulrich: Mechanisierung und Maschinisierung, in: KÖNIG, Wolfgang (Hg.): Propyläen Technikgeschichte, Band 3, Frankfurt/M., Berlin 1991: 9-513.

PEREC (1989):

PEREC, Georges: Ein Kunstkabinett, Wien 1989.

PETROLOULOS (1999):

PETROLOULOS, Jonathan: Kunstraub und Sammelwahn, Berlin 1999.

PFENNIG (1998):

PFENNIG, Gerhard: Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst, in: UNVERZAGT, Alexander; RÖCKRATH, Gereon (Hg.): Kultur&Recht, Düsseldorf 1998: B 3.3/1-34

PICKER (1994):

PICKER, Günther: Fälscher, Diebe, Betrüger: Die Kehrseite des Kunst- und Antiquitätenmarkts, München 1994.

PICKER (2000):

PICKER, Günther: Kunstgegenstände und Antiquitäten, München 2000.

PICKSCHAUS (1988):

PICKSCHAUS, Peter: Kunstzerstörer, Reinbeck 1988.

POMIAN (1988):

POMIAN, Krysstof: Der Ursprung des Museums – Vom Sammeln, Berlin 1988.

POWELL (1999):

POWELL, Nicholas: Christie's, Paris 1999.

PREISS/STAMM/ZEHNER (1990):

PREISS, Achim; STAMM, Karl; ZEHNER, Frank Günther (Hg.): Das Museum – die Entwicklung in den 80er Jahren, München 1990.

PÜSCHEL (2001):

PÜSCHEL, Jörg: Die Idee „Galerie“ professionell planen – Businessplan, Präsentation&Controlling, in: FESEL, Bernd; HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Geschäftsmodell „Galerie“ – Businessplan & Investitionen, Köln 2001: 24-31.

PÜSCHEL (2002):

PÜSCHEL, Jörg: Das Unternehmenskonzept professionell planen – Tipps zur Existenzgründung, in: HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Einstieg in den Kunstmarkt, Köln 2002. 17-27.

QUADT (1996):

QUADT, Edgar: Kunst als Institution, Köln 1996.

QUADT (2002):

QUADT, Edgar: Moden und Märkte, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 52-60.

REEMTSMA (1998):

REEMTSMA, Jan Philipp: Rede des 31. August 1998, in: KULTURSTIFTUNG DER LÄNDER (Hg.): Sonderpublikation anlässlich des Übergangs des Amts des Generalsekretärs der Kulturstiftung der Länder am 31.08.1998, Berlin 1998: o. S.

REITZ (1998):

REITZ, Manfred: Berühmte Kunstsammler, Frankfurt/M., Leipzig 1998.

REITZLE (2001):

REITZLE, Wolfgang: Luxus schafft Wohlstand, Reinbek 2001.

RESSLER (2001):

RESSLER, Otto Hans: Die Zukunft des Kunstmarkts, Wien, Köln, Weimar 2001.

RIJN (1993):

RIJN, Michel van: Hot Art, Cold Cash, London 1993.

ROHR-BONDEGARD (2001):

ROHR-BONDEGARD, Linde (Hg.): Kunst=Kapital. Der Capital Kunstkompass von 1970 bis heute, Köln 2001.

RONTE (1998):

RONTE, Dieter: Ist Kunst vermittelbar? Ist Kunstvermittlung eine Kunst?, Wien 1998.

RÖMER (2001):

RÖMER, Stefan: Künstlerische Strategien des Fake – Kritik von Original und Fälschung, Köln 2001.

RÖMER (2002):

RÖMER, Stefan: Fake, in: BUTIN, Hubertus (Hg.): Du Monts Begriffslexikon zur zeitgenössischen Kunst, Köln 2002: 78-82.

RUMBLER/TASCH (2002):

RUMBLER, Andreas; TASCH, Stephanie: Provenienzforschung aus der Perspektive des internationalen Kunsthandels, in: KOORDINIERUNGSSTELLE FÜR KULTURGUTVERLUSTE MAGDEBURG (Hg.): Museen im Zwielficht - die eigene Geschichte, Magdeburg 2002: 195-202.

RUMBLER (2002):

RUMBLER, Andreas: Der Auktionator, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 365-369.

RUOSS (1983):

RUOSS, Reto: Scheingebote an Kunstauktionen, Zürich 1983.

SACHS (1971):

SACHS, Hannelore: Sammler und Mäzene – Von der Entwicklung des Kunstsammelns von der Antike bis zur Gegenwart, Leipzig 1971.

SACKVILLE-WEST (1990):

SACKVILLE-WEST, Vita: The Heir, London 1990.

SAGER (1992):

SAGER, Peter: Die Besessenen – Begegnungen mit Kunstsammlern zwischen Aachen und Tokio, Köln 1992.

SALTZMAN (2000):

SALTZMAN, Cynthia: Das Bildnis des Dr. Gachet – Biographie eines Meisterwerks, Frankfurt/M., Leipzig, 2000.

SCHARPFF (2004):

SCHARPFF, Rudolf: Der Mann mit der Postkarte, Ostfildern-Ruit 2004.

SCHMIDT-ROHNKE (1993):

SCHMIDT-ROHNKE, Cathy: Unternehmenskommunikation und Kulturförderung, in: STRACHWITZ, Rupert Graf, TOEPLER, Stefan (Hg.): Kulturförderung – mehr als Sponsoring, Wiesbaden 1993: 288-297.

SCHMICKLER (2001):

SCHMICKLER, Claus: Zusammenarbeit: Part-Time-Aussteller oder Full-Time-Agent?, in: FESEL, Bernd; HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Künstlerverträge zur Kunstvermittlung, Köln 2001: 4-6.

SCHMIDT (1997):

SCHMIDT, Marjen: Photographie, Köln 1997.

SCHMIDT-BLEIBTREU/KLEIN (1999):

SCHMIDT-BLEIBTREU, Bruno; KLEIN, Franz: Kommentar zum Grundgesetz, Neuwied, Kiftel 1999.

SCHNECKENBURGER (1983):

SCHNECKENBURGER, Manfred (Hg.): documenta. Idee und Institution, München 1983.

SCHNEEDE (2000):

SCHNEEDE, Uwe M. (Hg.): Museum 2000 – Erlebnispark oder Bildungsstätte?, Köln 2000.

SCHNEEDE/LUCKHARDT (2001):

- SCHNEEDE, Uwe M.; LUCKHARDT, Ulrich (Hg.): Private Schätze. Über das Sammeln von Kunst in Hamburg bis 1933, Hamburg 2001.
- SCHÜTTE (1974):
SCHÜTTE, Rainer: Kunst- und Antiquitätenhandel, in: TIETZ, Bruno (Hg.): Handwörterbuch der Absatzwirtschaft, Stuttgart 1974: 1166-1170.
- SCHULTZ (2000):
SCHULTZ, Bernd: Kunst-Handel-Leidenschaft: 50 Jahre Pels-Leusden, Berlin 2000.
- SCHUMPETER (1997):
SCHUMPETER, Joseph: Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, Berlin 1997.
- SCHWÄRLER (1997):
SCHWÄRLER, Monika: Spielarten der Objektbildung, in: FLIEDL, Gottfried; GIERSCHE, Ulrich; STURM, Martin; ZENDRON, Rainer (Hg.): Die wa(h)re Kunst, Frankfurt/M. 1997: 39-45.
- SCHWARZL (2002):
SCHWARZL, Stephan: Was ist die Kunst wert? Oder: Die Bewertung der Kunst aus der Sicht eines Kunstversicherers, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 242-246.
- SEEGERS (2001):
SEEGERS, Ulli: The Art Business, in: FESEL, Bernd; HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Geschäftsmodell „Galerie“ – Businessplan & Investitionen, Köln 2001: 3-13.
- SEEGERS (2002):
SEEGERS, Ulli: Aktuelle Trends im Kunstmarkt, in: HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Einstieg in den Kunstmarkt, Köln 2002: 3-11.
- SEEGERS (2002-2):
SEEGERS, Ulli: Überprüfung von Kunstwerken und Kulturgütern: Status und Provenienz, in: HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Sorgfaltspflichten im Kunsthandel, Köln 2002: 6-10.
- SEEGERS (2002-3):
SEEGERS, Ulli: The Art Loss Register – eine private Datenbank zwischen Kunstkriminalität, Beute- und NS-Raubkunst, in: KOORDINIERUNGSSTELLE FÜR KULTURGUTVERLUSTE MAGDEBURG (Hg.): Museen im Zwielficht - die eigene Geschichte, Magdeburg 2002: 203-210.
- SHAW (2002):

- SHAW, Stefan: Wo bleibt der Kunde? Galeriearbeit im 21. Jahrhundert, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 348-352.
- SIEBENHAAR (2002):
SIEBENHAAR, Klaus: „Beziehungszauber“ oder Vom Unternehmen Kunst in der Entertainmentgesellschaft; in: MEYER, Jörn-Axel; EVEN, Ralf (Hg.): Die Zukunft des Kunstmarktes, Lohmar, Köln 2002: 39-52.
- SIEBENMORGEN (1989):
SIEBENMORGEN, Harald (Hg.): Für Baden gerettet, Karlsruhe 1996.
- SMITH (1989):
SMITH, Charles: Auctions. The Social Construction of Value, London 1989.
- SPECTOR (2000):
SPECTOR, Robert: amazon.com, München 2000.
- SPIKA (2001):
SPIKA, Senada: Englische Möbel – Eine kleine Geschichte englischer Vorlieben und Bedürfnisse, Köln 2001.
- STACHELHAUS (1993):
STACHELHAUS, Heiner: Joseph Beuys, München 1993.
- STECHL (1995):
STECHL, Margarethe: Auction Houses in the Fine Art Market, Wien 1995.
- STEIN (2002):
STEIN, Laurie: Provenienzforschung in den USA, in: KOORDINIERUNGSSTELLE FÜR KULTURGUTVERLUSTE MAGDEBURG (Hg.): Museen im Zwielficht - die eigene Geschichte, Magdeburg 2002: 349-362.
- TALKENBERG (1991):
TALKENBERG, Andrea: Die Ökonomie des Bildermarktes, Hamburg 1991.
- THOMAS (2002):
THOMAS, Silke: Praxis einer Messepräsentation: Auswahl, Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung, in: HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Die Kunstmesse als Marketinginstrument, Köln 2002: 17-21.
- THURN (1994):
THURN, Hans Peter: Der Kunsthändler: Wandlungen eines Berufes, München 1994.
- THURN (2002):

THURN, Hans Peter: Die Vernissage: Vom Künstlertreffen zum Freizeitvergnügen, Köln 2002.

THURN (2002):

THURN, Hans Peter: Aus Passion zur Profession: Kunsthändler und Galeristen, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 325-342.

TOMKINS (1961):

TOMKINS, Calvin: Merchants&Masterpieces, New York 1989.

TREUE (1961):

TREUE, Wilhelm: Kulturgeschichte des Alltags, Frankfurt am Main und Hamburg 1961.

TROLLE (2002):

TROLLE, Martin: Transport und Versicherung von Kunstwerken, in: HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Die Kunstmesse als Marketinginstrument, Köln 2002: 22-26.

TUCHSCHERER (2000):

TUCHSCHERER, Thilo: Porzellan – Vitrinenkunst und Tischkultur, Köln 2000.

UHL (1993):

UHL, Antje-Katrin: Der Handel mit Kunstwerken im europäischen Binnenmarkt, Berlin 1993.

ULRICH (2000):

ULRICH, Wolfgang: Mit dem Rücken zur Kunst, Berlin 2000.

ULSESS (2002):

ULSESS, Brigitte: Messen und Märkte, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 166-170.

UNVERZAGT/HARZER (1998):

UNVERZAGT, Alexander; HARZER, Sandra: Kunst und Kultur - kein rechtsfreier Raum, in: UNVERZAGT, Alexander; RÖCKRATH, Gereon (Hg.): Kultur&Recht, Düsseldorf 1998: A/1-24.

UTERMANN (2002):

UTERMANN, Wilfried: Der Ort der Kunst – der Markt und die Sammlung, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 118-124.

VOIGTLÄNDER (1993):

VOIGTLÄNDER, Heinrich: Der Sammler – Phänomen unserer Zeit?, Frankfurt/M. 1993.

VOLKERT (2000):

VOLKERT, Natalia: Kunst- und Kulturrab im Zweiten Weltkrieg, Frankfurt/M. 2000.

VOLLARD (1980):

VOLLARD, Ambroise: Erinnerungen eines Kunsthändlers, Zürich 1980.

VORMBROCK (2002):

VORMBROCK, Ulf: Haftungsrisiken im Kunstmarkt – Fälschungen, Kommissionen, in: HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Sorgfaltspflichten im Kunsthandel, Köln 2002: 15-19.

VORMBROCK (2002-2):

VORMBROCK, Ulf: Reproduktions- und Folgerecht (EU-Richtlinien), in: HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Rahmenbedingungen und Steuerrecht im Kunsthandel, Köln 2002: 3-5.

VORMBROCK (2002-3):

VORMBROCK, Ulf: Umsatzsteuer in der EU-Originale, Fotografie, Buchgrafik, in: HOLZWEISSIG, Heike (Hg.): Rahmenbedingungen und Steuerrecht im Kunsthandel, Köln 2002: 9-10.

WASSERMANN (1989):

WASSERMANN, Rudolf (Hg.): Kommentar zum Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, Neuwied 1989.

WATSON (1989):

WATSON, Peter: Landscape of Lies, London 1989.

WATSON (1992):

WATSON, Peter: From Monet to Manhattan - The rise of the modern art market, New York 1992.

WATSON (1997):

WATSON, Peter: Sotheby's: Inside Story, London 1997.

WECHSLER/COATE-SAAL/LUKAVIC (2001):

WECHSLER, Helen; COATE-SAAL, Teri; LUKAVIC, John: Museum Policy and Procedures for Nazi-era Issues, Washington 2001.

WEGENER (1999):

WEGENER, Ulrike: Künstler - Händler - Sammler, Hannover 1999.

WICHER (1961):

WICHER, Hans: Der Versteigerer - Systematischer Kommentar zu den einschlägigen gewerberechtlichen Vorschriften, Hamburg 1961.

WIENECKE (1999):

WIENECKE, Volker: Collectibles – Leidenschaft und Geldanlage, Köln 1999.

WILDENSTEIN/STAVRIDES (1999):

WILDENSTEIN, Daniel; STAVRIDES, Yves: *Marchands d'art*, Paris 1999.

WILHELM/BROWER (1993):

WILHELM, Henry; BROWER, Carol: *The Permanence and Care of Color Photographs*, Grinell 1993.

WILHELM (1990):

WILHELM, Karl: *Wirtschafts- und Sozialgeschichte des Kunstauktionswesens in Deutschland vom 18. Jahrhundert bis 1945*, München 1990.

WILHELM (1991):

WILHELM, Sibylle: *Kunstgewerbebewegung - Ästhetische Welt oder Macht durch Kunst?*, Frankfurt/M., Bern, New York, Paris 1991.

WILKE (2002):

WILKE, Wolfgang: *Kunstvoll investieren*, Stuttgart 2002.

WILLIAMS (1980):

WILLIAMS, Robert: *Russian Art and American Money 1900 – 1940*, Cambridge 1980.

WITT (2000):

WITT, Martin: *Kunst sponsoring: Gestaltungsdimensionen, Wirkungsweise und Wirkungsmessung*, Berlin 2000.

WOOD (1997):

WOOD, Christopher: *The great art boom 1970-1997*, London 1997.

WOLFSTETTER (1991):

WOLFSTETTER, Ekkehard: *Auctions. Discussion Paper on Political Economy No. 65*, Berlin 1991.

WRAIGHT (1966):

WRAIGHT, Robert: *Das Geschäft mit der Kunst*, München 1966.

WÜRTH (2002):

WÜRTH, Reinhold: *Über den Zusammenhang zwischen Kunst, Kultur und Unternehmenserfolg*, in: BLANKE, Thomas: *Unternehmen nutzen Kunst*, Stuttgart 2002: 142-148.

WYSS (2000):

WYSS, Beat (Hg.): *Kunststadt Stuttgart*, Stuttgart 2000.

ZAPP (2002):

ZAPP, Herbert: *Corporate Collecting – Corporate Sponsoring: Historischer Rückblick*, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): *Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment*, München 2002: 191-201.

ZENTGRAF (2002):

ZENTGRAF, Christiane: Plädoyer für Partnerschaften, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 210-221.

ZIMMERMANN (1993):

ZIMMERMANN, Olaf: Der Ausstellungsbetrieb, Köln 1993.

ZIMMERMANN (2002):

ZIMMERMANN, Olaf: Von der Kunst leben zu können – Künstler und ihre Probleme, in: PUES, Lothar; QUADT, Edgar; RISSA (Hg.): Art Investor – Handbuch für Kunst und Investment, München 2002: 293-300.

Zeitungs- und Zeitschriftenpublikationen

ÆNGENEYNDT, Luise: Revolution im Pariser Auktionswesen, in: Weltkunst Nr. 05/2000.

ÆNGENEYNDT, Luise: Verabschiedung der Reform, in: Weltkunst Nr. 08/2000.

ÆNGENEYNDT, Luise: Ein blühender Zweig, in: Weltkunst Nr. 03/2004.

AIDIN, Rose: CRERAR, Simon: Spot in the future, in: The Sunday Times vom 20.08.2000.

ALBERGE, Dalya: New sales tax causes furore in art world, in: The Times vom 22.02.1999.

ALBERGE, Dalya: Sotheby's auctions virtually online, in: The Times vom 12.01.2000.

ALBERGE, Dalya: Lagerfeld sells his „perfect“ art collection, in: The Times vom 19.01.2000.

ALBERGE, Dalya: Disputes on Nazi loot put to panel, in: The Times vom 18.02.2000.

ALBERGE, Dalya: Art barons „lucky to evade jail“, in: The Times vom 24.02.2000.

ALBERGE, Dalya: ‚Nazi loot‘ found in British galleries, in: The Times vom 01.03.2000.

ALBERGE, Dalya: Art or imitation?, in: The Times vom 17.07.2000.

ALBERGE, Dalya: Bonhams in merger deal with Brooks, in: The Times vom 13.09.2000.

ALBERGE, Dalya: Double duplicity: art's top forger is being faked, in: The Times vom 29.12.2000.

ALBERGE, Dalya: Shark gets away as Hirst feuds with Saatchi, in: The Times vom 26.11.2003.

ALEXANDER, Hilary; BARWICK, Sandra: Gucci Coup, in: The Daily Telegraph vom 16.11.1999.

ALIHODZIC, Selma; REHM, Florentine: Galerist sucht Frau – Beamtin bevorzugt, in: Stuttgarter Zeitung vom 19.07.2003.

ALLEYNE, Richard: The ‚Saatchi-Effect‘ has customers queueing for new artist, in: The Daily Telegraph vom 28.02.2004.

ALTMANN, Susanne: Kein Ende des Flimmerns, in: ART Nr. 10/2002.

ANDRESEN, Tino: Kunstvoll investieren bei schwachen Börsen, in: Stuttgarter Nachrichten vom 06.07.2002.

ANNELLS, Jonathan: Britain ‚is facing defeat‘ over new European art tax, in: The Evening Standard vom 16.02.2000.

APPEL, Holger: Eine Welt voller Fusionen und geplatzter Träume, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.07.2000.

ARIS, Ben: Looted art commission starts work, in: The Guardian vom 15.07.2003.

ARNOLD, Martin; SAIGOL, Lina: LVMH claims win for equity analysts, in: The Financial Times vom 13.01.2004.

ARTHUR, Charles: Wine sites are next to crash, says consultant, in: The Independent vom 06.07.2000.

ASCHENBORN, Wulf: Stabile Wertanlage, in: Weltkunst Nr. 03/2004.

ASHWORTH, Jon: Streetfighter battles for Sotheby's, in: The Times vom 10.06.2000.

ASHWORTH, Jon: Sotheby's board wrangle, in: The Times vom 21.06.2000.

ATKINSON, Dan: British art rescue move, in: The Guardian vom 26.02.1999.

ATKINSON, Dan: Britain bats back EU art tax, in: The Guardian vom 22.06.1999.

AUGUST, Oliver: China demands return of stolen sculpture, in: The Times vom 06.04.2000.

AUGUST, Oliver: China buys back looted treasures, in: The Times vom 03.05.2000.

AUGUST, Oliver: China calls for return of „looted“ treasures, in: The Times vom 23.05.2000.

AUTHERS, John; WOLFFE, Richard: Agonising over a dark provenance, in: The Financial Times vom 05.12.1998.

AYRES, Chris: Christie's „amnesty“ payoff, in: The Times vom 12.07.2001.

BACHOFEN, Katrin: Händler festigen die Marktstimmung, in: Handelszeitung vom 17.03.2004.

BACKER, Lucy: Gucci to pay \$1bn for YSL clothes and scent, in: The Independent vom 16.11.1999.

BAIRD, Rachel: Fine art of shopping needn't be so scary, in: The Express vom 10.11.1999.

BALE, Johanna: Art world corrupted by 250-Pounds-Fakes, in: The Times vom 13.02.1999.

BALL, Deborah: Gucci Continues Its Shopping Spree With Sergio Rossi, in: International Herald Tribune vom 19.11.1999.

BALZER, Jens: \$\$\$uper, Mann!, in: Architectural Digest Nr. 09/2003.

BAR-HILLEL, Mira; DAVIES, Ross: Christie's set to cash in on move from Mayfair HQ, in: The Evening Standard vom 09.04.2001.

BARKER, Godfrey: Case of the jitters in the saleroom, in: The Evening Standard vom 16.11.1998.

BARKER, Godfrey: Bureaucrats axe the Art Market, in: The Boulay Nr. 1/1999.

BARKER, Godfrey: The untold story of a 57m coup, in: The Evening Standard vom 12.07.1999.

BARKER, Godfrey: Art sale tax benefits rich, say Germans, in: The Evening Standard vom 14.12.1999.

- BARKER, Godfrey: The ghosts of Christie's past, in: The Evening Standard vom 10.01.2000.
- BARKER, Godfrey: There's gold in that there .com, in: The Evening Standard vom 17.01.2000.
- BARKER, Godfrey: Sotheby's hit by massive law suits, in: The Evening Standard vom 04.02.2000.
- BARKER, Godfrey: Confessions at Christie's, in: The Evening Standard vom 07.02.2000.
- BARKER, Godfrey: Dangerous days for Christie's, in: The Evening Standard vom 14.02.2000.
- BARKER, Godfrey: What price these two lazy, greedy auction houses?, in: The Times vom 24.02.2000.
- BARKER, Godfrey: End of a Chinese dynasty, in: The Evening Standard vom 20.03.2000.
- BARKER, Godfrey: Aufruhr im Auktionssaal, in: Die Welt vom 06.05.2000.
- BARKER, Godfrey: Schicke Alte Meister und modische Britpop-Schocker, in: Art Investor Nr. 03/2001.
- BARKER, Godfrey: Geld auf der Flucht hat ein Ziel - Kunst, in: Die Welt vom 17.03.2001.
- BARKER, Godfrey: Sotheby's führen „Goldene Handschellen“ ein, in: Die Welt vom 02.05.2001.
- BARKER, Godfrey: Sotheby's und Christie's: Neues vom Prozess um Preisabsprachen, in: Die Welt vom 19.06.2001.
- BARKER, Godfrey: Zwei Heerlager im Kriegszustand, in: Die Welt vom 22.06.2001.
- BARKER, Godfrey: Reputation going once, going twice, in: The Times vom 05.07.2001.
- BARKER, Godfrey: Now, even repro is soaring, in: The Evening Standard vom 26.03.2002.
- BARKER, Godfrey; RUMP, Gerhard: „Nicht enden wollender Alptraum“, in: Die Welt vom 17.03.2001.
- BARKER, Godfrey; RUMP, Gerhard: Ex-Vorständen von Sotheby's und Christie's droht Haft, in: Die Welt vom 04.05.2001.
- BARKER, Godfrey; RUMP, Gerhard: Auktionshäuser Phillips und Bonhams fusionieren, in: Die Welt vom 09.07.2001.
- BARKER, Godfrey; RUMP, Gerhard: Trocknet der Kunstmarkt aus?, in: Die Welt vom 15.03.2003.
- BARLAY, Nick: Auctions, in: The Times Knowledge vom 10.-16.01.2004.
- BARNES, Brooks: Sotheby's Profit Slides 53%, as Market For Fine Art Weakens Amid Competition, in: The Wall Street Journal vom 08.08.2001.
- BARRETT, Amy: LMVH to Acquire Etude Tajan in Step To Beat Christie's, in: Wall Street Journal Europe vom 21.02.2000.
- BARTELS, Christian: Ein Königreich, in: Die Zeit vom 27.07.2000.

BARTELS, Daghild: Die Kunst im Griff, in: Kursbuch 99, Thema "Kunst-Betrieb", 4/1990.

BARTELS, Daghild: Nonchalantes Chaos, in: Handelsblatt vom 23./24.06.2000.

BARTELS, Daghild: Notizen aus Fernost, in: Handelsblatt vom 24./25.11.2000.

BAUDRILLARD, Jean: Die Diktatur der Bilder, in: Der Spiegel Special Nr. 12/1998, Thema "Ware Kunst".

BAUMER, Dorothea: Alle Kunst ist zuerst Materie, in: Süddeutsche Zeitung vom 06.05.1999.

BAUMER, Dorothea: Üppig blühen die Künste am Rhein, in: Süddeutsche Zeitung vom 31.03.2000.

BAUMER, Dorothea: Kunstwahn marktreif, in: Süddeutsche Zeitung vom 03.04.2000.

BAUMER, Dorothea: Das Bild einer Epoche in Splintern, in: Süddeutsche Zeitung vom 16.10.2000.

BAUMER, Dorothea: Konsequent jung, in: Süddeutsche Zeitung vom 01.10.2001.

BAUMER, Dorothea: Die guten Bilder werden immer weniger (Interview mit Konrad O. Bernheimer), in: Süddeutsche Zeitung vom 22.10.2001.

BÄUMLER, Julius; DÄNIKEN, Hans-Peter von: Endlich ehrenwert?, in: ART Nr. 02/2003.

BAYLEY, Stephen: The Collector, in: The Independent vom 09.03.2003.

BEATON, Graeme: Sotheby's rocked by heavy Internet costs, in: The Express vom 16.11.1999.

BEAUCAMP, Eduard: Wie aber hältst du's mit den Mäzenen?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 07.11.2001.

BECK, Tobias: Ein Tag an der Ebay-Uni, in: Stuttgarter Zeitung vom 31.03.2004.

BELLER, Harry: Christie's crée un département de ventes privées à New York, in: Le Monde vom 03.03.1999.

BELLET, Harry; DURAND, Stéphanie: Les chef-d'oeuvre du collectionneur René Gaffé seront vendus à New York, in: Le Monde vom 25.07.1002.

BENNETT, Will: A deal with the dealers, in: The Daily Telegraph vom 18.01.1999.

BENNETT, Will: Rivals declare war of the web, in: The Daily Telegraph vom 15.02.1999.

BENNETT, Will: Decision day for EU levy that will give artists a cut, in: The Daily Telegraph vom 25.02.1999.

BENNETT, Will: World first for auctions, in: The Daily Telegraph vom 03.05.1999.

BENNETT, Will; Gimson, Andrew: Britain helps kill EU proposal for levy on art sales, in: The Daily Telegraph vom 26.06.1999.

BENNETT, Will: Icons of the saleroom, in: The Daily Telegraph vom 25.10.1999.

BENNETT, Will: Phillips sold to man with french accent, in: The Daily Telegraph vom 16.11.1999.

BENNETT, Will: America takes pick of the crop, in: The Daily Telegraph vom 07.02.2000.

BENNETT, Will: Chrisite's And Sotheby's face legal action over „collusion“, in: The Daily Telegraph vom 07.02.2000-2.

BENNETT, Will: Christie's distances itself from Sotheby's as lawsuits multiply, in: The Daily Telegraph vom 14.02.2000.

BENNETT, Will: Deux démissions accroissent les difficultés de Sotheby's, in: Le Monde vom 24.02.2000.

BENNETT, Will: Hammer blow for the art market, in: The Daily Telegraph vom 26.02.2000.

BENNETT, Will: Buyers want Bonhams - but does Bonhams want to sell?, in: The Daily Telegraph vom 28.02.2000.

BENNETT, Will: Present pain, future gain, in: The Daily Telegraph vom 28.02.2000-2.

BENNETT, Will: Art dealers attack fees at „arrogant“ Sotheby's, in: The Daily Telegraph vom 01.03.2000.

BENNETT, Will: Paris matches, in: The Daily Telegraph vom 06.03.2000.

BENNETT, Will: Sotheby's profits plummet after collusion claims, in: The Daily Telegraph vom 09.03.2000.

BENNETT, Will: Art world urges EU to end VAT on imports, in: The Daily Telegraph vom 10.03.2000.

BENNETT, Will: Gloom amid the sunshine, in: The Daily Telegraph vom 13.03.2000.

BENNETT, Will: Master challengers, in: The Daily Telegraph vom 20.03.2000.

BENNETT, Will: Big two face new challenges, in: The Daily Telegraph vom 08.05.2000.

BENNETT, Will: Business as usual for Sotheby's and Christie's, in: The Daily Telegraph vom 15.05.2000.

BENNETT, Will: Wanted: injection of new blood, in: The Daily Telegraph vom 12.06.2000.

BENNETT, Will: Rare impression of calm, in: The Daily Telegraph vom 03.07.2000.

BENNETT, Will: Picture becoming clearer, in: The Daily Telegraph vom 17.07.2000.

BENNETT, Will: Internet browsers, in: The Daily Telegraph vom 24.07.2000.

BENNETT, Will: Carry on collecting, in: The Daily Telegraph vom 15.10.2000.

BENNETT, Will: Strong images, poor business, in: The Daily Telegraph vom 23.10.2000-1.

BENNETT, Will: Market News, in: The Daily Telegraph vom 23.10.2000-2.

BENNETT, Will: Market News, in: The Daily Telegraph vom 20.11.2000.

BENNETT, Will: The middleman spreads his wings, in: The Daily Telegraph vom 22.01.2001.

BENNETT, Will: Old room, new broom, in: The Daily Telegraph vom 31.01.2001.

BENNETT, Will: Sunny times for Florida, in: The Daily Telegraph vom 05.02.2001.

BENNETT, Will: Dealer faces Sotheby's writ in £35m scandal, in: The Daily Telegraph vom 09.02.2001.

BENNETT, Will: Quest for new money, in: The Daily Telegraph vom 26.02.2001.

BENNETT, Will: Why art is the new wallpaper, in: The Daily Telegraph vom 05.03.2001.

BENNETT, Will: Stars raise the stakes, in: The Daily Telegraph vom 16.04.2001.

BENNETT, Will: Carry on regardless?, in: The Daily Telegraph vom 14.05.2001.

BENNETT, Will: Battle of the tropics, in: The Daily Telegraph vom 02.07.2001.

BENNETT, Will: End of art in the high street?, in: The Daily Telegraph vom 21.01.2002.

BENNETT, Will: Phillips staff face axe, in: The Daily Telegraph vom 16.01.2003.

BENNETT, Will: Contemporary sector surges ahead, in: The Daily Telegraph vom 17.02.2003.

BENNETT, Will: Collusion fines hammer Sotheby's finances, in: The Daily Telegraph vom 19.03.2003.

BENNETT, Will: Passport to America, in: The Daily Telegraph vom 24.03.2003.

BENNETT, Will: Paris fair expands its sights, in: The Daily Telegraph vom 31.03.2003.

BENNETT, Will: Market News, in: The Daily Telegraph vom 05.05.2003.

BENNETT, Will: Appetite for „dim erotica“, in: The Daily Telegraph vom 02.06.2003.

BENNETT, Will: Grosvenor House gets a makeover, in: The Daily Telegraph vom 09.06.2003.

BENNETT, Will: Buzz that is good for business, in: The Daily Telegraph vom 30.06.2003.

BENNETT, Will: Rooms for improvement, in: The Daily Telegraph vom 21.07.2003.

XXXVIII

- BENNETT, Will: Market wavers but survives bad year, in: The Daily Telegraph vom 20.10.2003.
- BENNETT, Will: Market news, in: The Daily Telegraph vom 15.12.2003.
- BENNETT, Will: Return of Russia's riches, in: The Daily Telegraph vom 12.01.2004.
- BENNETT, Will: Getting down to buzziness, in: The Daily Telegraph vom 19.01.2004.
- BENNETT, Will: Sotheby's sells US property arm, in: The Daily Telegraph vom 18.02.2004.
- BENNETT, Will: Market News, in: The Daily Telegraph vom 23.02.2004.
- BENNETT, Will: Dealers bounce back, in: The Daily Telegraph vom 08.03.2004.
- BENNETT, Will: Sunny prospects for the summer, in: The Daily Telegraph vom 15.03.2004.
- BENNETT, Will: Big two meet stiff french resistance, in: The Daily Telegraph vom 22.03.2004.
- BENNETT, Will: Phillips chief quits for „love of art“, in: The Daily Telegraph vom 24.03.2004.
- BENSINGER, Ken: Christie's Auction Kicks Off Season With Few Failures, in: The Wall Street Journal vom 10.05.2000.
- BENSINGER, Ken: Sotheby's Conducts Successful Auction Amid Investigation, in: The Wall Street Journal Europe vom 12./13.05.2000.
- BENSINGER, Ken: Auction Houses Provide Information in Law Suit, in: The Wall Street Journal vom 16.05.2000.
- BENSINGER, Ken: Sotheby's Executive Accepts Advisory Post at LVMH, in: The Wall Street Journal Europe vom 17.10.2000.
- BENSINGER, Ken; COSTELLO, Daniel: Sotheby's Push Onto the Internet Faces Problems, in: The Wall Street Journal vom 09.03.2000.
- BENSINGER, Ken; PULLIAM, Susan: Sotheby's Shares Rally on Plans for a Web Site, But Response Seems Muted for Internet World, in: The Wall Street Journal vom 20.01.1999.
- BERNDT, Hans: Detektive am Werk, in: Handelsblatt vom 12./13.01.2001.
- BERNDT, Hans: Kunst und Geld in einem Boot, in: Handelsblatt vom 08./09.03.2002.
- BERG, Ronald: Gekungelt wird im Verborgenen, in: Die Welt vom 19.06.1999.
- BERNET, Christian; SCHÖNWERTH, Richard: Rechtliche Aspekte der Kunstfälschung, in: Weltkunst Nr. 08/1999.
- BERNI, Marcello: Der Glanz der Luxusfirmen verblasst, in: Handelsblatt vom 21.08.2001.
- BESSLER, Gabriele: Retten, was andere wegwerfen wollten, in: Stuttgarter Zeitung vom 17.08.2002.
- BIEN, Melanie: When shares are painted black, investors take art, in: The Independent on Sunday vom 08.06.2003.

- BIENERT, Michael: Das Wissen um die Vergänglichkeit, in: Stuttgarter Zeitung vom 26.07.2001.
- BINANZER, Daniel: Das Museum vermutet ein „Fälschernetzwerk“, in: Stuttgarter Zeitung vom 24.04.2001.
- BISCHOFF, Friedrich: Stolze Bilanz, in: Weltkunst Nr. 10/2000.
- BISCHOFF, Friedrich: Fusion BVDG mit BDK gescheitert, in: Weltkunst Nr. 15/2000.
- BISCHOFF, Friedrich: Nida-Rümelin und der doppelte Mozart, in: Weltkunst Nr. 01/2001.
- BISCHOFF, Friedrich: Zum Begriff des „Originals“, in: Weltkunst Nr. 03/2001.
- BITTNER, Jörg: Nichts hören, nichts sehen, nichts revidieren?, in: Handelsblatt vom 24.10.2000.
- BLACK, Ian; ATKINSON, Dan: Britain gives up the fight against European art sales tax, in: The Guardian vom 16.02.2000.
- BLACKBURN, Janice: A fair deal for applied art, in: The Times vom 21./22.02.2004.
- BLACKBURN, Victoria: How the web has enticed collectors, in: The Times vom 14.02.2004.
- BLASE, Christoph: So hart wie das wirkliche Leben, in: ART Nr. 02/2003.
- BLECHEN, Camilla: Es bleibt, wie es ist, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.03.2000.
- BLECHEN, Camilla: Revirements durch und durch, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.06.2000.
- BLECHEN, Camilla: Und auch in Berlin, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 09.09.2000.
- BLECHEN, Camilla: Expertisenschwindel, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.03.2001.
- BLECHEN, Camilla: Harmonie der Sphären, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27.10.2001.
- BLECHEN, Camilla: Und jetzt auch noch das Tafelsilber, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 07.09.2002.
- BLEYL, Henning: Wir sind alle seriös, in: die tageszeitung vom 15.11.2003.
- BLOM, Philipp: Das Beben erreicht London - die National Gallery untersucht ihre Bestände auf von Nazis geraubter Kunst, in: Süddeutsche Zeitung vom 22.03.1999.
- BLOM, Philipp: Im Dauerrennen der Rivalen einen Kopf voraus, in: Süddeutsche Zeitung vom 06.05.1999.
- BLOM, Philipp: Wem gehören die Elgin Marbles?, in: Neue Züricher Zeitung vom 23.07.2001.
- BLUMENTHAL, Ralph: New efforts to recover nazi plunder, but pessimism grows for recoveries, in: The New York Times vom 27.02.2003.

- BLUNDY, Anna: Thieves plunder Russian museums to order, in: The Times vom 09.04.1999.
- BODENSTEIN, Joe: Durchbruch mit www.lostart.de?, in: Stuttgarter Nachrichten vom 25.04.2001.
- BOGGAN, Steve: A fake's progress, in: The Independent vom 15.07.2000.
- BOGGAN, Steve: Art dealer insists he will profit from 10m bout of auction fever, in: The Independent vom 05.01.2002.
- BÖLKE, Peter: Nackte nach Wunsch, in: Der Spiegel Special Nr. 12/1998, Thema "Ware Kunst".
- BOLZ, Norbert: Marken, Mythen, Medien, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27.06.2000.
- BONE, James: Chiefs resign as Sotheby's collectors sue, in: The Times vom 22.02.2000.
- BONSE, Erik: Christie's in französischer Hand, in: Handelsblatt vom 19.05.1998.
- BONUS, Holger; RONTE, Dieter: Falscher Stil entlarvt den Lügner, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.02.2000.
- BOOCHS, Wolfgang: Teilwertabschreibung bei Kunstwerken, in: KUR 1/2000.
- BOOTH, Tamzin: Collectors Are Starting to Click, in: The Wall Street Journal vom 09.04.2000.
- BOOTH, Tamzin: Eyestorm Brings Art to Wider Audience, in: The Wall Street Journal vom 12./13.05.2000.
- BOOTH, Tamzin: Tribal Art Takes On New Meaning, in: The Wall Street Journal Europe vom 16./17.06.2000.
- BOSSMANN, Nadja: Im Netz des Fälschers, in: Die Zeit vom 15.10.1998.
- BOYES, Roger: Click here to claim Hitler's stolen art, in: The Times vom 08.04.2000.
- BRÄNDLE, Stefan: Luxuskonzern gegen Investmentbank, in: Stuttgarter Zeitung vom 22.01.2003.
- BRAUN, Adrienne: Konkurrenz ist groß, in: Stuttgarter Zeitung vom 11.03.2000.
- BRAUN, Adrienne: Sinn für das Geschäft mit der Kunst, in: Stuttgarter Zeitung vom 22.07.2000.
- BRAUN, Adrienne: Das Schwarzbrot der Branche, in: Stuttgarter Zeitung vom 11.08.2001.
- BRAUN, Adrienne: Verner Panton: Pop Art für das Wohnzimmer, in: ART Nr. 02/2002.
- BRAUN, Adrienne: Die besten Bilder gehören eh ins Museum, in: Stuttgarter Zeitung vom 28.01.2004.
- BRAUN, Michael: Macht. Kunst. Sexy?, in: Art Investor Nr. 02/2003.
- BRAUNBERGER, Gerald; PILLER, Tobias: Luxusdesigner verzweifelt gesucht, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 09.11.2003.
- BRAUNBERGER, Gerald: Cash in der Tasche, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 28.03.2004.

- BREMNER, Charles: Dealer accused over painting looted by Nazis, in: The Times vom 17.05.2001.
- BREWSTER, Deborah: Big contrast in photographs, in: The Financial Times vom 21./22.06.2003.
- BRÖHAN, Torsten: Die schönste Art des Investments, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.05.1999.
- BROOKS, Diana: Sotheby's – Upping the stakes (Interview), in: Luxury Briefing Nr. 12/1999 – 1/2000.
- BROUGHTON, Philip Delves: Curator say Saatchi was „meddling“ in Sensation, in: The Daily Telegraph vom 07.12.1999.
- BROUWER, Julian: Former head of Christie's is accused of pricing conspiracy, in: The Scotsman vom 08.04.2000.
- BROWNE, Anthony: EU-Harmonisierung gefährdet den britischen Kunstmarkt - „Die Kommission hat versagt“, in: Welt am Sonntag vom 21.02.1999.
- BROWNE, Anthony: Losses to art market from resale levy will not be matched by artists' gains, in: The Financial Times vom 24.01.2000.
- BRUBACH, Holly: Ein Hammer, der Mann, in: Architectural Digest Nr. 06/2002.
- BUCHHOLZ, Elke Linda: Abgeklärter Nachwuchs, in: Stuttgarter Zeitung vom 30.09.2000.
- BUCHHOLZ, Elke Linda: Es darf auch etwas verkauft werden, in: Stuttgarter Zeitung vom 03.02.2001.
- BUCHHOLZ, Elke Linda: Die New Yorker kommen, in: Stuttgarter Zeitung vom 29.09.2001.
- BUCHHOLZ, Elke Linda: Immer gute Miene machen, in: Stuttgarter Zeitung vom 09.11.2002.
- BUCK, Tobias: Time for corporate collectors to part with prized art works, in: The Financial Times vom 16.10.2002.
- BUCKINGHAM, Lisa: French bid for Phillips, in: The Guardian vom 16.11.1999.
- BUCKLEY, Neil: Britain to agree deal on resale rights for artists, in: The Financial Times vom 16.02.2000.
- BUHR, Elke: Der Plot, in: Frankfurter Rundschau vom 15.02.2002.
- BÜHLER, Sina: Der Glanz offener Rechnungen, in: St. Galler Tagblatt vom 01.03.2004.
- BUNTING, Chris: Art dealer D'Offay to close galleries, in: The Independent vom 06.09.2001.
- BULLINGER, Winfried; MERCKER, Florian, MUES, Gabor: Wie hält man's mit dem Künstler?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 19.04.2003.
- BÜRKLIN, Duncan: The biggest gamble of his life, in: The Guardian vom 21.07.2003.
- BÜRKLIN, Heidi: Christie's, in: Die Welt vom 24.08.1999.

- BÜRKLIN, Heidi: 300.000 Mark für bunte Pillen, in: Die Welt vom 24.12.1999.
- BÜRKLIN, Heidi: Von einer auf 94 Millionen Pfund Umsatz, in: Die Welt vom 09.09.2000.
- BÜRKLIN, Heidi: Rekorde trotz mäßiger Erfolge, in: Die Welt vom 08.02.2003.
- BÜRKLIN, Heidi; BARKER, Godfrey: Kernseifenpolierte Kinder treiben ihr engelhaftes Wesen, in: Die Welt vom 24.06.2000.
- BURN, Gordon: The godfather, in: The Guardian vom 14.04.2000.
- BURROUGHS, Katrina: Hit the high notes, in: The Evening Standard vom 16.02.2000.
- BÜSCHEMANN, Karl-Heinz: Erfolg des Luxus, in: Süddeutsche Zeitung vom 12.09.2001.
- BUTLER, Katherine: Guggenheim is determined to be the hottest brand in the art world, in: The Independent vom 24.10.2000.
- CAMPBELL, Katharine: Art Investment: The Salient Facts, in: The Boulay Nr. 12/1998.
- CARISCH, Rico: Preis poker am Hudson River, in: Art Investor Nr. 02/2001.
- CARISCH, Rico: Was Aktionäre nicht für möglich halten, in: Art Investor Nr. 03/2002.
- CARREYROU, John; GALLONI, Alessandra: Gucci Launches Makeover Of Its Designer Strategy, in: The Wall Street Journal Europe vom 03.03.2004.
- CARREYROU, John; ROHWEDDER, Cecile: PPR May Fancise or License Gucci's 7 Smaller Brands, in: The Wall Street Journal vom 05.03.2004.
- CASSY, John: Arnault backs sport website, in: The Guardian vom 17.12.1999.
- CASSY, John: QXL takes lead in race for Europe's auction market, in: The Guardian vom 17.05.2000.
- CASTELLI, Leo: "Die malen, ich verkaufe" (Spiegel-Gespräch), in: Der Spiegel Special Nr. 12/1998, Thema "Ware Kunst".
- CEMBALEST, Robin: The Big Chill?, in: ARTnews Nr. 2/1999.
- CHAFFIN, Joshua: Reputation of the art auction houses takes a hammering, in: The Financial Times vom 08.02.2000.
- CHAFFIN, Joshua; LEWIS, William: Auction house chiefs pay high price for crisis, in: The Financial Times vom 22.02.2000.
- CHAFFIN, Joshua: How survival became a fine art in a tough market, in: The Financial Times vom 26.02.2000.
- CHAFFIN, Joshua; THORNCROFT, Antony: Art market puts scandal behind it, in: The Financial Times vom 10.05.2000.
- CHAFFIN, Joshua: A steady hand on the hammer, in: The Financial Times vom 16.05.2000.

- CHAFFIN, Joshua: Why Sotheby's shares have been going, going down, in: The Financial Times vom 03.08.2000.
- CHAFFIN, Joshua: Sotheby's hit by charges over price fix, in: The Financial Times vom 16.11.2000.
- CHAFFIN, Joshua: Sotheby's may face its own sale of the century, in: The Financial Times vom 08.01.2001.
- CHAFFIN, Joshua: Auctioneers agree \$537m settlement, in: The Financial Times vom 22.02.2001.
- CHAFFIN, Joshua: Tenant hits out at Justice Department, in: The Financial Times vom 04.03.2001.
- CHAFFIN, Joshua: French twist in auction saga, in: The Financial Times vom 03.07.2001.
- CHAFFIN, Joshua: Pressure shifts to Christie's executives as more to light in auction price-fixing scandal, in: The Financial Times vom 19.07.2001.
- CHAFFIN, Joshua: Art auction houses set for chilly autumn, in: The Financial Times vom 28.08.2001.
- CHAISEMARTIN, Dörte de: Zur Reform des französischen Auktionssystems, in: Weltkunst Nr. 08/1998.
- CHAVANE, Laurence: L'altertume des commissaires-priseurs, in: Le Figaro vom 23.01.1999.
- CHECKLAND, Sarah Jane: Co-operation, camaraderie - and good food, in: The Financial Times vom 23.02.2001.
- CHEVALIER, Claus; VIEHWEGER, Klaus: Der Echtheitsnachweis im Kunstrecht - Teil 1, in: Weltkunst Nr. 02/2002.
- CHEVALIER, Claus; VIEHWEGER, Klaus: Der Echtheitsnachweis im Kunstrecht - Teil 2, in: Weltkunst Nr. 03/2002.
- CHEVALIER, Claus; VIEHWEGER, Klaus: Der Echtheitsnachweis im Kunstrecht – Teil 3, in: Weltkunst Nr. 04/2002.
- CHEVALIER, Claus: Der Anspruch auf Aufnahme von Werken der bildenden Kunst in das Werkverzeichnis, in: Weltkunst Nr. 11/2002.
- CHEVELKINA, Alla; STAVRIDES, Yves; COSTE, Philippe: L'héritage Malevitch, in: L'Express vom 23.03.2000.
- CHLUMSKY, Milan: Basisarbeit in der Kunstprovinz, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.03.2000.
- CHRISTMANN, Holger: Das gläserne Museum, in: ART Nr. 11/2003.
- CHRISTOFORI, Ralf: Luxusbienen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.09.2001.
- CLAASSEN, Dieter: Sotheby's-Auktionen im Netz, in: Die Presse vom 18.02.1999.
- CLAASSEN, Dieter: Nur nach außen hin waren die Auktionshäuser Rivalen, in: Stuttgarter Zeitung vom 23.02.2000.
- CLAASSEN, Ross: Can the famous make you rich?, in: The Sunday Telegraph vom 15.10.2000.

- CLARK, Andrew: Going, going, gone: 200 years' independence, in: The Guardian vom 13.09.2000.
- CLAUSEN, Eva: Italien und seine Kulturpolizei: Trotz erfolgreicher Detektivarbeit ein Gefühl der Ohnmacht, in: Handelsblatt vom 29./30.01.1999.
- CLAUSEN, Eva: Protektionismus und graue Märkte, in: Handelsblatt vom 11./12.08.2000.
- CLAUSEN, Eva: Fließende Kunsträume, in: Handelsblatt vom 06./07.10.2000.
- CLAUSEN, Eva: Die Umsätze steigen langsam, aber stetig, in: Handelsblatt vom 12./13.01.2001.
- CLAUSEN, Eva: Kunsthistoriker als willige Gehilfen, in: Handelsblatt vom 19./20.02.2002.
- COHEN, Laurie; O'CONNELL, Vanessa: Ex-Christie's Chairman Stays Silent, in: The Wall Street Journal Europe vom 09.08.2000.
- COLE, Teresa Levonian: Violin: the older the better?, in: The Financial Times vom 10./11.01.2004.
- COLEMAN, Julia: Asian Avant-Garde: Too Much Too Soon?, in: Asian Art Nr. 12/1998.
- COLES, Joanna: The art queen, going going gone, in: The Times vom 24.07.2000.
- COLLIER, Andrew: The two biggest names in fine art could face ruin at the hands of US lawyers if price-fixing charges proof true, in: The Scotsman vom 26.02.2000.
- COMPTON, Nick: Going going gone?, in: Wallpaper Nr. 06/2003.
- CONGHAILE, Pól O: Online sales bring business and art together, in: The Irish Times vom 23.06.2000.
- COOPER, Kathrin: Furniture market in mania for modern, in: The Express vom 01.03.2000.
- CORTI, Severin: Christie's rechnet mit Rekorderlös, in: Der Kurier vom 14.04.1999.
- COSTELLO, Daniel: British Museums Confront Possibility Of Looted Art, in: The Wall Street Journal Europe vom 29.02.2000.
- COSTELLO, Daniel; BENSINGER, Ken: Now Up for Bids: Art Commissions At Auction Houses, in: The Wall Street Journal Europe vom 17.03.2000.
- COSTELLO, Daniel: Auction House Is Part of Probe, in: The Wall Street Journal vom 03.04.2000.
- COSTELLO, Daniel; PEERS, Alexandra: Christie's Finds U.S. Amnesty Pays, in: The Wall Street Journal vom 05./06.05.2000.
- CRANE, Anne: Private buyers may well enjoy being *At Home*, but how often will they return?, in: The Antiques Trade Gazette vom 10.05.2003.
- CRÜWELL, Konstanze: Fälscherskandal mit Spätfolgen - Köpenickade in England, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 20.02.1999.

CRÜWELL, Konstanze: Der Kunstvirus wie weiland in den Achtzigern, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.06.1999.

CRÜWELL, Konstanze; LOVENBERG, Felicitas von: Rätselraten um Van Goghs Portrait des Dr. Gachet, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 31.07.1999.

CRÜWELL, Konstanze: Kapitulation, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.02.2000.

CRÜWELL, Konstanze: Immer schön ist der Jugendstil, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.04.2000.

CRÜWELL, Konstanze: Auch die Amerikaner müssen schon in die Schweiz, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.07.2000.

CRÜWELL, Konstanze: Was lange genug auf adeligen Dachböden verstaubte, kann heute auf Auktionen glänzen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 23.09.2000.

CRÜWELL, Konstanze: Im Glanz des Kurfürsten, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.09.2000.

CRÜWELL, Konstanze: Was farblich gut zur Tapete passt, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 03.03.2001.

CRÜWELL, Konstanze: Versammelt ist, was die Welt an Altmeistergemälden zu bieten hat, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.03.2001.

CRÜWELL, Konstanze: Manches Nichts bedeutet etwas, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.09.2001.

CRÜWELL, Konstanze: Verzettelt, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.12.2001.

CRÜWELL, Konstanze: Couseuse sucht Connaissanceur, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 16.03.2002.

CRÜWELL, Konstanze: Herrchen gesucht für Hoffmanns wilde Katze, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.03.2003.

CRÜWELL, Konstanze: Gutmenschenkunst, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 21.06.2003.

CRÜWELL, Konstanze: Wo, wenn nicht auf der TEFAF, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 20.03.2004

CZERNIN, Hubertus: Adieu, Adele: Was für Rothschild gilt, gilt auch für Bloch-Bauer, in: Der Standard vom 26.02.1999.

CZERNIN, Hubertus: "Umschlagplatz" für Raubkunsthandel, in: Der Standard vom 16.03.1999.

DAESCHNER, Jeff: Web is art of deal for Sotheby's, in: Daily News vom 17.02.1999.

D'ARCY, David: A tragic Holocaust history no deterrent to collectors, in: The Art newspaper vom 05.11.2001.

DALBY, Stewart: The shock of the new, in: Director Nr. 11/1998.

DANICKE, Sandra: Trauriger Clown, in: ART Nr. 06/2002.

DAWE, Linton: Hammer out a deal at an online auction, in: The Times vom 24.03.2000.

- DECKER, Andrew: Sturm aufs Internet läßt Aktienkurse steigen, in: ART Nr. 5/1999.
- DECOUTY, Eric: Les avocats de Lagerfeld mettent en cause l'Elysée, in: Le Figaro vom 21./22.10.2000.
- DENNISON, Matthew: Gilt-edged security, in: House&Garden Nr. 02/2004.
- DICKHOFF, Wilfried, KÖNIG, Kasper: Gespenster im Zwischenraum (Gespräch), in: neue bildende kunst Nr. 4/1999.
- DIESELHORST, Jochen: Online-Auktionshäuser können aufatmen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 05.12.2001.
- DITTMAR, Peter: Der Spottpreis, die Rettung und die Moral, in: Weltkunst Nr. 11/1999.
- DITTMAR, Peter: Ein Urteil, in: Weltkunst Nr. 01/2000.
- DITTMAR, Peter: Kunst ist Kunst, und Geld ist Geld, in: Berliner Morgenpost vom 12.04.2001.
- DITTMAR, Peter: Gewagtes Spiel mit den Giganten, in: Berliner Morgenpost vom 17.05.2001.
- DITTMAR, Peter: Kunst und Geld, in: Die Welt vom 11.06.2001.
- DITTMAR, Peter: Wenn der Adel versteigern lässt, in: Die Welt vom 27.07.2002.
- DITTMAR, Peter: Kunstraub und Raubgut in der NS-Zeit und danach, in: Die Welt vom 27.07.2002-2.
- DITTMAR, Peter: Moral, wohlfeil, in: Weltkunst Nr. 09/2002.
- DITTMAR, Peter: Thema Fotografie, in: Weltkunst Nr. 04/2004.
- DIXON, Hogo: Ehrgeizige Ziele, in: Handelsblatt vom 10.07.2001.
- DOBBS, Michael: Trail of Looted Art Leads to America, in: International Herald Tribune vom 22.05.2000.
- DOHMEN, Matthias: Mona Lisa und Monet versichern, in: VDI-Nachrichten vom 28.05.1999.
- DONEGAN, Lawrence: How online makes a mint from trading places, in: The Observer vom 02.03.2003.
- DORAMACI, Burcu: Allein mit Katzen und Mäusen, in: ART Nr. 02/2003.
- DORMENT, Richard: Why museums may have been too scrupulous, in: The Daily Telegraph vom 01.03.2000.
- DORMENT, Richard: A gift for glamour, in: The Daily Telegraph vom 07.01.2004.
- DORMENT, Richard: Dealers are the art world's real brains, in: The Art Newspaper Nr. 04/2004.
- DÖRRZAPF, Anke: Das unaufhaltsame Flimmern, in: ART Nr. 04/2003.
- DOWARD, Jamie: Christie's Internet plans pave way for auction war, in: The Observer vom 31.01.1999.
- DOWARD, Jamie: Sotheby's in \$40m bid to keep staff, in: The Observer vom 20.05.2001.

- DOWIE, Lorna: A brush with braveheart, in: Edinburgh Evening News vom 28.10.1999.
- DRECHSLER, Wolfgang: Markt für Diamanten verspricht Stabilität, in: Handelsblatt vom 08.01.2004.
- DUDZIK, Hanna: Meisterwerke, in: Art Investor Nr. 03/2002.
- DUPONCHELLE, Valérie; DE ROCHEBOUET, Béatrice: Lagerfeld quitte son boudoir, in: Le Figaro vom 15./16.01.2000.
- DUPONCHELLE, Valérie; DE ROCHEBOUET, Béatrice: Pinault-Arnault, le choc des titans, in: Le Figaro vom 03.03.2000.
- DUPONCHELLE, Valérie; DE ROCHEBOUET, Béatrice: Christie's, le géant sur l'Avenue, in: Le Figaro vom 02.12.2000.
- DUPONCHELLE, Valérie: Le musée surréaliste de M. Gaffé, in: Le Figaro vom 25.07.2001.
- DUPONCHELLE, Valérie: La Smooke Collection, un rêve californien, in: Le Figaro vom 27.07.2001.
- DUNLOP, Ian: Not the sort of image they want to sell, in: The Independent vom 27.02.2000.
- DUNSCH, Jürgen: Francois Pinault liegt ständig auf der Lauer, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.01.2000.
- DURET-ROBERT, Francois: Départs chez Sotheby's, in: Le Figaro vom 20.10.2000.
- DÜRKOOP, Wilfried: Kunst der Handelsklasse A, in: Stuttgarter Nachrichten vom 24.06.2000.
- DÜRKOOP, Wilfried: Kunst ist erwünscht, Mitsprache nicht, in: Stuttgarter Nachrichten vom 02.03.2002.
- EATON, Leslie; VOGEL, Carol: Buyers' Market, in: The International Herald Tribune vom 22.02.2000.
- EBNER, Jörn: Larry in London, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 03.06.2000.
- ECKHOLM, Erik; LANDLER, Marc: China Intervenes in Disputed Art Auction, in: International Herald Tribune vom 04.05.2000.
- EHMANN, Arne: Cindy Sherman, in: Art Investor Nr. 02/2001.
- EHRET, Gloria: Kunsthandel und Weltwirtschaft, in: Weltkunst Nr. 01/1999.
- EHRET, Gloria; KLEIDT, Jürgen: TEFAF und ihre Vision in der Messelandschaft - eine Erfolgsstory, in: Weltkunst Nr. 02/1999.
- EHRET, Gloria: Editorial, in: Weltkunst Nr. 04/1999.
- EHRET, Gloria: CINOA in Dresden, in: Weltkunst Nr. 08/1999.
- EHRET, Gloria: Editorial, in: Weltkunst Nr. 11/1999.
- EHRET, Gloria: Blick auf den Kunsthandel (Interview mit Konrad O. Bernheimer), in: Weltkunst Nr. 01/2000.
- EHRET, Gloria: Editorial, in: Weltkunst Nr. 06/2000.
- EHRET, Gloria: 5. Bamberger Antiquitätenwochen, in: Weltkunst Nr. 07/2000.

XLVIII

- EHRET, Gloria: Kontinuierliche Aufwärtsbewegung (Interview mit Achim Neuse), in: *Weltkunst* Nr. 01/2001.
- EHRET, Gloria: Angela Gräfin von Wallwitz (Interview mit Angela Gräfin von Wallwitz), in: *Weltkunst* Nr. 02/2001.
- EHRET, Gloria: 6. Bamberger Antiquitätenwochen, in: *Weltkunst* Nr. 07/2001.
- EHRET, Gloria: Global Players, in: *Weltkunst* Nr. 08/2001.
- EHRET, Gloria: „United Nations“ des Kunsthandels (Gespräch mit Walter Feilchenfeldt), in: *Weltkunst* Nr. 01/2002.
- EHRET, Gloria: Manisch kunstsüchtig, in: *Weltkunst* Nr. 03/2002.
- EHRET, Gloria: 80 Jahre Keul und Sohn, in: *Weltkunst* Nr. 04/2002.
- EHRET, Gloria: Salzburg – ein Gesamtkunstwerk, in: *Weltkunst* Nr. 07/2002.
- EHRET, Gloria: Porzellanzeit?, in: *Weltkunst* Nr. 13/2002.
- EHRET, Gloria: Wer noch kaufen kann, lebt noch, in: *Weltkunst* Nr. 14/2002.
- EHRET, Gloria: Kunsthandel als kultureller Auftrag (Gespräch mit Georg Laue), in: *Weltkunst* Nr. 01/2003.
- EHRET, Gloria: Alt und neu verträgt sich gut, in: *Weltkunst* Nr. 13/2003.
- EHRET, Gloria: Deutscher Kunsthandelsverband (Gespräch mit dem Vorstand des Deutschen Kunsthandelsverbandes), in: *Weltkunst* Nr. 14/2003.
- EHRET, Gloria: Perfektes Ambiente, in: *Weltkunst* Nr. 01/02/2004.
- EICHSTÄDT, Kai; HELLENKEMPER, Ursula: Gereifte Kunst, in: *Capital* vom 28.05.2003.
- ERBSLÖH, Roswitha: Das Modell Mauerbach, in: *Handelsblatt* vom 27./28.11.1998.
- ERBSLÖH, Roswitha: Sotheby's in Frankreich - Durchbruch geschafft, in: *Handelsblatt* vom 26.01.1999.
- ERBSLÖH, Roswitha: Das Markenimage wird lädiert, in: *Handelsblatt* vom 29./30.01.1999.
- ERBSLÖH, Roswitha: Der Weg vom Sammlerstück zum Dekorationsobjekt, in: *Handelsblatt* vom 12./13.03.1999.
- ERBSLÖH, Roswitha: Fragen an die Kulturnation, in: *Handelsblatt* vom 05.11.1999.
- ERBSLÖH, Roswitha: Im Luxusgütersog, in: *Handelsblatt* vom 19.11.1999.
- ERBSLÖH, Roswitha: Hommage an das 18. Jahrhundert, in: *Handelsblatt* vom 18.01.2000.
- ERBSLÖH, Roswitha: Skepsis gegenüber Frankreichs Marktöffnung, in: *Handelsblatt* vom 11./12.02.2000.
- ERBSLÖH, Roswitha: Fast schon so teuer wie Gemälde, in: *Handelsblatt* vom 18./19.02.2000-1.
- ERBSLÖH, Roswitha: Verkaufen, tauschen, zugreifen, in: *Handelsblatt* vom 18./19.02.2000-2.

- ERBSLÖH, Roswitha: Spektakulärer Zusammenschluss, in: Handelsblatt vom 03.03.2000.
- ERBSLÖH, Roswitha: Dem Markt geht es besser denn je, in: Handelsblatt vom 17./18.03.2000.
- ERBSLÖH, Roswitha: Keine teuren Gebote, in: Handelsblatt vom 24./25.03.2000.
- ERBSLÖH, Roswitha: Pinaults jüngster Coup, in: Handelsblatt vom 31.03.2000.
- ERBSLÖH, Roswitha: Arnault statt Pinault?, in: Handelsblatt vom 07.04.2000.
- ERBSLÖH, Roswitha: Verletzung des Monopols, in: Handelsblatt vom 05./06.05.2000.
- ERBSLÖH, Roswitha: Trotz hoher Taxen ein Prestige-Erfolg, in: Handelsblatt vom 05./06.05.2000-2.
- ERCHE, Bettina: Angenehme Dinge des Lebens, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.06.1999.
- ERCHE, Bettina: Bibel und Hexenhammer, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 25.01.2002.
- ERCHE, Bettina: Drogen und Delikatessen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.04.2002.
- ERCHE, Bettina: Jagd auf Antiken, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.08.2002.
- ERCHE, Bettina: Opium in Abyssinia, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.01.2004.
- ERCHE, Bettina: Ein Kabinett mit geheimen Erfindungen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.01.2004.
- ERHARDT, Annegret: Die Weisheit vom Kuchen, in: Antiquitäten Zeitung vom 04.06.1999.
- ERHARDT, Annegret: Ganz vorn, in: Antiquitäten Zeitung vom 30.06.2000.
- ERHARDT, Annegret: Lieber spät als nie, in: Antiquitäten Zeitung vom 15.06.2001.
- ESSICK, Krusti: The Making of a Collector: Auction Haouse Offerings with Class, in: The Wall Street Journal Europe vom 05./06./07.03.2004.
- ESTEROW, Milton: Still trying to hide the truth, in: ARTnews Nr. 02/2003.
- EVANS-PRITCHARD, Ambrose; BENNETT, Will: Britain on brink of defeat in EU art row, in: The Daily Telegraph vom 16.01.2000.
- EVANS-PRITCHARD, Ambrose; BENNETT, Will: EC rejects British deal over artists' resale rights levy, in: The Daily Telegraph vom 16.03.2000.
- EZARD, John: Rubens masterpiece reveal cost-cutting skill, in: The Guardian vom 30.01.2003.
- FABER-CASTELL, Christian von: Für Publizität sorgen, in: Finanz und Wirtschaft von 23.04.1997.

L

- FABER-CASTELL, Christian von: Gute Preise für Oswald Achenbach, in: Handelsblatt vom 04.04.2000.
- FABER-CASTELL, Christian von: Die deutschen Möbel enttäuschten, in: Handelsblatt vom 13.06.2000.
- FABER-CASTELL, Christian von: Die Amerikaner kommen in Scharen, in: Handelsblatt vom 16./17.06.2000.
- FABER-CASTELL, Christian von: Das vorsichtig abgesteckte Ziel wurde erreicht, in: Handelsblatt vom 19.06.2000.
- FABER-CASTELL, Christian von: Mehr Besucher und gute Geschäfte, in: Handelsblatt vom 30.06./01.07.2000.
- FABER-CASTELL, Christian von: Weltrang durch Antiken, in: Handelsblatt vom 17.10.2000.
- FABER-CASTELL, Christian von: Genf behauptet sich als Armbanduhrenmekka, in: Handelsblatt vom 24.11.2000.
- FABER-CASTELL, Christian von: Keine Berührungsängste zwischen Kunst und Kommerz, in: Handelsblatt vom 21.03.2001.
- FABER-CASTELL, Christian von: Sotheby gibt Züricher Möbelauktionen auf, in: Handelsblatt vom 28./29.12.2001.
- FABER-CASTELL, Christian von: Ein Luxuswarenhaus der Kunst, in: Handelsblatt vom 14./15.06.2002.
- FABER-CASTELL, Christian von: Trotz weniger Besucher gute Perspektiven, in: Handelsblatt vom 21./22.06.2002.
- FABER-CASTELL, Christian von: Cultura 2002, in: Weltkunst Nr. 10/2002.
- FABER-CASTELL, Christian von: Unter den Hammer gekommen, in: Finanz und Wirtschaft vom 12.03.2003.
- FABER-CASTELL, Christian von: Die Luft ist draussen, in: Finanz und Wirtschaft vom 19.03.2003.
- FABER-CASTELL, Christian von: Kommt es zum Rückzug aus der Schweiz?, in: Finanz und Wirtschaft vom 21.05.2003.
- FABER-CASTELL, Christian von: Die Avantgarde läßt auf sich warten, in: Finanz und Wirtschaft vom 18.06.2003.
- FABER-CASTELL, Christian von: Die Schweiz will eine „Kunstpolei“ etablieren, in: Handelsblatt vom 27./28.06.2003.
- FABER-CASTELL, Christian von: 2004 wird ein Kunstkaufjahr, in: Finanz und Wirtschaft vom 07.01.2004.
- FATH, Manfred: Der Kunstmarkt – Ein Tummelplatz der Fälscher, in: Der Rotarier Nr. 09/1997.
- FEARON, Francesca: Picture perfect, in: Image Nr. 07/2003.
- FECHTER, Isabel: Der Jawlenski-Skandal, in: Weltkunst Nr. 03/1998.
- FECHTER, Isabel: Kunst und Geld, in: Weltkunst Nr. 12/1998.
- FECHTER, Isabel: Kunstkompass, in: Weltkunst Nr. 03/2001.
- FECHTER, Isabel: Aufschwung bei Phillips, in: Weltkunst Moderne 2000-1.
- FECHTER, Isabel: Eine Moderne-Frau, in: Weltkunst Moderne 2000-2.

- FECHTER, Isabel: Das richtige Gespür haben, in: Weltkunst Moderne 2002.
- FECHTER, Isabel: Zur KUNSTKÖLN 2002 (Interview mit Klaus Gerrit Friese), in: Weltkunst Nr. 03/2002.
- FECHTER, Isabel: Cultura – ein fester Begriff (Interview mit Miklos von Bartha), in: Weltkunst Nr. 10/2002-1.
- FECHTER, Isabel: Mut zum Unbekannten; in: Weltkunst Nr. 10/2002-2.
- FEILCHENFELDT, Walter: Vilnius, in: Weltkunst Nr. 14/2000.
- FENTON, James: Curiouser and curiouser, in: The Guardian vom 22.03.2003.
- FERCHL, Irene: Vom Wiegendruck zum Comic, in: Stuttgarter Zeitung vom 22.01.2004.
- FESEL, Bernd: Christie's und Sotheby's, in: Weltkunst Nr. 07/2000.
- FESTENBERG, Nikolaus von; KNEIP, Ansbert; SCHMUNDT, Hilmar; WELLERSHOFF, Marianne: Diktatur der Passwörter, in: Der Spiegel Nr. 30/2000.
- FIEDLER, Florian: Graphiken von Rembrandt, in: Weltkunst Nr. 13/2000.
- FIEGE, Christoph: Wo der virtuelle Hammer hängt, in: Kölner Stadtanzeiger vom 04.03.1999.
- FINCH, Julia: Bonhams and Phillips confirm merger, in: The Guardian vom 14.07.2001.
- FLANAGAN, Ben: Home is where the art is..., in: The Observer vom 23.02.2003.
- FLECK, Dirk: Der Magier mit dem Hammer - Auktionator Robert Brooks, in: Automobil Forum Nr. 6/1999.
- FLECK, Robert: Keine Zulassung in Sicht - Sotheby's setzt sich über Auktionsverbot hinweg, in: ART Nr. 4/1999.
- FLEMING, Charles: Arnault Raises His Stake In Bouygues to Over 10%, in: Wall Street Journal vom 23.12.1999.
- FLYNN, Tom: Under the hammer, in: Museums Journal Nr. 04/2003.
- FÖDERL-SCHMID, Alexandra: „Moralisch-politisches Problem“ (Interview mit Julian Nida-Rümelin), in: Der Standard vom 09.05.2001.
- FORSTBAUER, Nikolai: Christie's versteigert Mercedes SLR McLaren, in: Stuttgarter Nachrichten vom 26.03.2004.
- FOSTER, Geoff: Sotheby's about to go under hammer?, in: Daily Mail vom 20.01.1999.
- FRANKEL, Susannah: Gucci designer to take on mantle of Yves Saint Laurent, in: The Independent vom 19.01.2000.
- FRANKEL, Susannah: Why Gucci has made Alexander the McQueen of all he purveys, in: The Independent vom 05.12.2000.
- FRANKEL, Susannah: Can Gucci survive without Tom Ford?, in: The Independent Review vom 18.03.2004.
- FRANKS, Jonathan: Permanente Expansion, in: Antiquitäten Zeitung vom 26.03.1999.

- FRANKS, Jonathan: Statistik aus Großbritannien - fast ausgeglichen, in: Antiquitäten Zeitung vom 21.05.1999.
- FRANKS, Jonathan: Auktionsreform in Frankreich und kein Ende: Reichlich ungewiß, in: Antiquitäten Zeitung vom 18.06.1999.
- FRANKS, Jonathan: Ständig in Bewegung, in: Antiquitäten Zeitung vom 14.01.2000.
- FRANKS, Jonathan: Fast eine Revolution, in: Antiquitäten Zeitung vom 04.02.2000.
- FRANKS, Jonathan: Erbarmungsloses Mittelmaß, in: Antiquitäten Zeitung vom 11.02.2000.
- FRANKS, Jonathan: Teuer, aber nicht lebensbedrohlich, in: Antiquitäten Zeitung vom 25.02.2000.
- FRANKS, Jonathan: Dividende gestrichen, in: Antiquitäten Zeitung vom 10.03.2000.
- FRANKS, Jonathan: Das Spiel geht weiter, in: Antiquitäten Zeitung vom 24.03.2000.
- FRANKS, Jonathan: Unruhige Zeiten, in: Antiquitäten Zeitung vom 08.09.2000.
- FRANKS, Jonathan: Pläne und Allianzen, in: Antiquitäten Zeitung vom 19.01.2001.
- FRANKS, Jonathan: In der Zwickmühle, in: Antiquitäten Zeitung vom 23.02.2001.
- FRANKS, Jonathan: Blick nach vorn gerichtet, in: Antiquitäten Zeitung vom 23.03.2001.
- FRANKS, Jonathan: Verknappung der Ware, in: Antiquitäten Zeitung vom 06.04.2001.
- FRANKS, Jonathan: Mit Wissen und Gefühl, in: Antiquitäten Zeitung vom 20.04.2001.
- FRANKS, Jonathan: Endlich!, in: Antiquitäten Zeitung vom 10.08.2001.
- FRANZ, Michael: Beutekunst-Musterprozeß entschieden – Wtewael-Gemälde zurück in Deutschland, in: KUR Nr. 09/1999.
- FRANZ, Michael: Ein virtuelles Glashaus autonomer Datenbanken – (nur) eine Vision?, in: KUR Nr. 01/2002.
- FREITAG, Dirk: Der Gang zur Polizei fällt meist schwer, in: Stuttgarter Zeitung vom 31.03.2004.
- FREUND, Fiona: So Last Century, in: The Guardian vom 22.03.2003.
- FREY, Bruno S.; SERNA, Angel: Der Preis der Kunst, in: Kursbuch 99, Thema "Kunst-Betrieb", 4/1990.
- FRICKE, Christiane: Filigrane Konstellation und „schnelle“ Säulen, in: Handelsblatt vom 06.06.2000.
- FRICKE, Christiane: Traumhaus mit Leiche, in: Handelsblatt vom 14./15.07.2000.
- FRICKE, Christiane: Wie frei ist der Markt für Agenturfotos?, in: Handelsblatt vom 15./16.09.2000.

- FRICKE, Christiane: Ein Exempel statuiert, in: Handelsblatt vom 19.09.2000.
- FRICKE, Christiane: Sprung vom 10-Meter-Brett, in: Handelsblatt vom 10.10.2000.
- FRICKE, Christiane: Luftblasen aus Spucke, in: Handelsblatt vom 02./03.02.2001.
- FRICKE, Christiane: Lange Blicke in die Röhre, in: Handelsblatt vom 19./20./21.03.2004.
- FRICKE, Christiane: Rollenspiele für den Sammler, in: Handelsblatt vom 02./03./04.04.2004.
- GASSMANN, Michael: Selbst ist der Galerist, in: ART Nr. 09/2003.
- GASSMANN, Michael: Das Huckepack-Prinzip, in: ART Nr. 09/2003-2.
- GAYFORD, Martin: Raw art reveals the good, the bad and the funky, in: The daily Telegraph vom 18.03.2004.
- GRÖTEKE, Friedhelm: Die fünf Sinne Aktivieren, in: Handelsblatt vom 04.07.2000.
- GELLATLY, Andrew: Galleries aim to net new market, in: The Financial Times vom 14.12.1999.
- GERARD, Jasper: Going..., in: Sunday Business vom 01.04.2001.
- GERHARDT, Martina: Das verflixte Urheberrecht, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.03.2000.
- GERLINGER, Hermann: Fälschungen hier - Fälschungen dort, in: Weltkunst Nr. 06/1999.
- GERST, Regine: Besitzer schätzen ihre Werte oft zu hoch ein, in: Stuttgarter Nachrichten vom 10.06.2000.
- GERST, Regine: Auch Stempel und Unterschrift sind nicht unbedingt verlässlich, in: Stuttgarter Nachrichten vom 22.12.2001.
- GERST, Regine: Vor allem Bürokratie, in: Stuttgarter Nachrichten vom 23.03.2002.
- GERSTNER, Karl: Warum es keine Gegenwartskunst gibt, in: ART Nr. 05/2001.
- GIBBONS, Fiachra: Karl Lagerfeld to sell off home comforts, in: The Guardian vom 19.01.2000.
- GIBSON, Eric: Going, Going, Gone, in: The Wall Street Journal Europe vom 26./27.02.2000.
- GLEADELL, Colin: Wealth of modern masters, in: The Daily Telegraph vom 22.05.2000.
- GLEADELL, Colin: Heading for Tate Modern?, in: The Daily Telegraph vom 26.06.2000.
- GLEADELL, Colin: Contemporary Market, in: The Daily Telegraph vom 22.01.2001.
- GLEADELL, Colin: Contemporary Market, in: The Daily Telegraph vom 25.06.2001.
- GLEADELL, Colin: The man who collects collectors, in: The Daily Telegraph vom 07.07.2003.

- GLEADELL, Colin: Market News, in: The Daily Telegraph vom 22.03.2004.
- GNAUCK, Gerhard: Die Bundesregierung lässt die Verhandlungen schleifen, in: Die Welt vom 16.06.2001.
- GOETZ, Ulrike von: Hochgeschätzt und unverkäuflich, in: Die Welt vom 09.02.2003.
- GOETZ, Ulrike von: Der Wert des Augenblicks, in: Die Welt vom 23.02.2003.
- GOLDBERG, Vicki: The fabulous destiny of the photo booth, in: The International Herald Tribune vom 02./03.08.2003.
- GONZALEZ, Alexandra: Wenn Bello den Beckmann erwischt, in: Architectural Digest Nr. 4/2001.
- GONZALEZ, Alexandra: Die Schönheit des Geldes, in: Architectural Digest Nr. 2/2003.
- GONZALEZ, Alexandra: Kunst beim Juwelier, in: Architectural Digest Nr. 3/2003.
- GONZALEZ, Manuel: Art at Work, in: Weltkunst moderne 2001.
- GOOCH, Adela: Dali aide accused of faking pictures, in: The Guardian vom 29.03.1999.
- GOODFELLOW, Melanie: Fakes used to fight art theft, in: The Independent vom 21.01.2001.
- GOODMAN, Chris: The art charts, in: Sunday Express vom 01.07.2001.
- GÖTTLER, Fritz: Mordspreise, in: Süddeutsche Zeitung vom 14.05.1999.
- GUERNSEY, Lisa: On eBay, „Power Sellers“ Thrive, in: International Herald Tribune vom 21.08.2000.
- GUSKI, Simone: Ausstellung heißt Wertsteigerung, in: Die Welt vom 13.02.1999.
- GRAHAM, Robert: Last lap in battle to open French art market, in: The Financial Times vom 08.08.2001.
- GRAFF, Vincent: Hirst deal to buy back work from Saatchi is „ploy to stoke up price“, in: The Independent vom 27.11.2003.
- GRANT, Jeremy: Spoils of war under scrutiny, in: The Financial Times vom 22.05.2000.
- GRAUBNER, Hans-Joachim: Was soll denn die Nackte auf dem Auto?, in: Stuttgarter Zeitung vom 12.07.2003.
- GRAY, Chris: Meet the modern-day Medicis who dominate the art world for profit as well as patronage, in: The Independent vom 22.07.2002.
- GREENWALD, John; RESSNER, Jeffrey: Playing for a Wynn, in: Time Magazine Nr. 03/2000.
- GREGORY, Conal: Antique solutions to present problems, in: The Sunday Telegraph vom 06.12.1998.
- GREGORY, Daniela: Ende des Wunders, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.03.2000.
- GREGORY, Daniela: Arnault vor Wien?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.05.2000.

- GREGORY, Daniela: Porzellan vom Grund des Meeres frisch auf den Tisch, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.12.2000.
- GREGORY, Daniela: Galerie-Festspiele?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.08.2001.
- GREGORY, Daniela: Dorotheum verkauft, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.09.2001.
- GREGORY, Daniela: Eine Milliarde öS, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.09.2001.
- GREGORY, Daniela: Nur wundern in Salzburg, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.10.2001.
- GREGORY, Daniela: Aufbau oder Aushöhlung?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.07.2002.
- GREGORY, Daniela: Nach dem Rubens, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 20.07.2002.
- GREGORY, Daniela: Die Rubensstory, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 31.08.2002.
- GREGORY, Daniela: Dorotheum kommt, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 19.10.2002.
- GREGORY, Daniela: Mit kritischem Auge, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.03.2003.
- GREGORY, Daniela: Für österliches Publikum, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.04.2003.
- GREGORY, Daniela: Der Mann „im Kinky“, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 27.04.2003.
- GREGORY, Daniela: Wanderaussteller, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.07.2003.
- GREGORY, Daniela: Heikle Sache, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.11.2003.
- GRIBBEN, Roland: Sotheby's pays more to keep staff in 'time of transition', in: The Daily Telegraph vom 09.08.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: So teuer wie das 18. Jahrhundert, in: Handelsblatt vom 09./10.06.2000.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Gemeinsame Zukunft, in: Handelsblatt vom 16./17.06.2000.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Eine neue Beschränkung der Marktfreiheit, in: Handelsblatt vom 13.06./01.07.2000.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Paris: Freie Bahn für Auktionatoren, in: Handelsblatt vom 30.6./01.07.2000.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Ein Gemäldehändler mit Flair, in: Handelsblatt vom 22.08.2000.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: In Paris soll ein Museum entstehen, in: Handelsblatt vom 12.09.2000.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Treffpunkt des internationalen Handels, in: Handelsblatt vom 15./16.09.2000.

- GRIMM-WEISSERT, Olga: Separate Gessmackspflege, in: Handelsblatt vom 22./23.09.2000.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Lagerfelds Steuerschulden, in: Handelsblatt vom 29./30.09.2000.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Internationale Resonanz, in: Handelsblatt vom 06.10.2000.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Nur One-person-shows auf der FIAC, in: Handelsblatt vom 17.10.2000.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Der Segen der Konzentration, in: Handelsblatt vom 27./28.10.2000.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Bernard Arnault baut Kunstsammlung auf, in: Handelsblatt vom 19./20.01.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Der Midas der französischen Wirtschaft, in: Handelsblatt vom 31.01.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Phillips-Kolloquium in Paris, in: Handelsblatt vom 23./24.02.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Auf die Marköffnung vorbereitet, in: Handelsblatt vom 16./17.03.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Kämpferischer Einsatz für die Abstraktion, in: Handelsblatt vom 18.04.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Premiere an der Seine, in: Handelsblatt vom 16.05.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: „Unloyale Konkurrenz“, in: Handelsblatt vom 19.06.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Sotheby versteigert nicht in der Galerie Charpentier, in: Handelsblatt vom 26.06.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Glänzender Einstand, in: Handelsblatt vom 29./30.06.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Erfolgreiches Debüt, in: Handelsblatt vom 10.07.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Luxus wird hier groß geschrieben, in: Handelsblatt vom 03./04.08.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Marathon mit Hürden, in: Handelsblatt vom 21./22.09.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Moderate Umsätze, in: Handelsblatt vom 12./13.10.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Riquès geht zu Christie's, in: Handelsblatt vom 16.10.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Französische Opposition, in: Handelsblatt vom 23.10.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Ein Schiff auf der Insel, in: Handelsblatt vom 26./27.10.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Junge Einsteiger begeistern sich für die „Sixties“, in: Handelsblatt vom 30.10.2001-1.

- GRIMM-WEISSERT, Olga: Grünes Licht für die ungeliebte Konkurrenz, in: Handelsblatt vom 30.10.2001-2.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Christie-Start in Frankreich, in: Handelsblatt vom 02./03.11.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Pariser Markttest, in: Handelsblatt vom 16./17.11.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Viele Telephonebote aus Amerika, in: Handelsblatt vom 11.12.2001.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Noch keine rosigen Zeiten für „Fremde“, in: Handelsblatt vom 11./12.01.2002.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Ausstieg aus einem verlustreichen Gewerbe, in: Handelsblatt vom 22./23.02.2002.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Strategischer Verzicht Arnaults, in: Handelsblatt vom 12.03.2002.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Pierre Bergé wird Auktionsunternehmer, in: Handelsblatt vom 12./13.04.2002.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Französische Proteste, in: Handelsblatt vom 03.05.2002.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Gemeinsam nach oben, in: Handelsblatt vom 28.05.2002.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Versteigererreform in Frankreich, in: Handelsblatt vom 26./27.07.2002.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Kritik am neuen Auktionsgesetz, in: Handelsblatt vom 02./03.08.2002.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Giacommetti-Auktion im Drouot, in: Handelsblatt vom 27./28.09.2002.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Es ist vollbracht, in: Handelsblatt vom 04./05.10.2002.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: In fester Hand, in: Handelsblatt vom 13./14.12.2002.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Nichts ging so gut wie die klassische Moderne, in: Handelsblatt vom 27./28.12.2002.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Neuer Kunstmarktrat in Paris, in: Handelsblatt vom 04./05.04.2003.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Arnault und LVMH verkaufen Tajan-Anteile, in: Handelsblatt vom 02./03.01.2004.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Der Marktplatz Frankreich zog an, in: Handelsblatt vom 029./10.01.2004.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Goldbronzen und elegante Kommoden adeln jedes Interieur, in: Handelsblatt vom 09./10.01.2004-2.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Neue Tajan-Chefin ist Rodica Seward, in: Handelsblatt vom 23./24.01.2004.
- GRIMM-WEISSERT, Olga: Viele Exporte bei Christie France, in: Handelsblatt vom 30./31.01.2004.

GRIMM-WEISSERT, Olga: Fiac in Paris mit neuem Konzept, in: Handelsblatt vom 12./13.03.2004.

GRIMM-WEISSERT, Olga: Der „Salon du Dessin“ ist bestens bestückt, in: Handelsblatt vom 19./20./21.03.2004.

GRIMM-WEISSERT, Olga; SCHAERNACK, Christian: Luxembourg verlässt Phillips, in: Handelsblatt vom 26./27.03.2004.

GRUNDER Stephanie: Why EBay Looks At Big Markets And Basic Desires, in: The Wall Street Journal vom 26.07.2000.

GRÜNEWALD, Ulrike: Symbolischer Friedensreigen, in: Welt am Sonntag vom 13.06.1999.

GROPP, Rose-Maria: Nicht jugendfrei - Frankreich hat die Erotica-Auktion, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.06.1999.

GROPP, Rose-Maria: Wer hat die Tränen aus Kassel?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 31.07.1999.

GROPP, Rose-Maria: Nach Paris!, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 25.02.2000.

GROPP, Rose-Maria: Zementiert, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.03.2000.

GROPP, Rose-Maria: Ordentliche Kunst kann trotzdem handlich sein, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 25.03.2000.

GROPP, Rose-Maria: Blue Chip Avantgarde, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.04.2000.

GROPP, Rose-Maria: Unter Zeitgenossen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27.05.2000.

GROPP, Rose-Maria: Ohne Titel, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.07.2000.

GROPP, Rose-Maria: Pressefotos, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 09.09.2000.

GROPP, Rose-Maria: 512 Millionen Dollar, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.09.2000.

GROPP, Rose-Maria: Damenopfer?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 07.10.2000.

GROPP, Rose-Maria: Ohne Titel, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.12.2000.

GROPP, Rose-Maria: Die internationalen Top ten sind dreizehn: Ein neuer Picasso-Rekord und endlich einmal Mark Rothko, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.12.2000-1.

GROPP, Rose-Maria: Keine Skandale: Der Auktionsmarkt 2000 ist einfach stabil, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.12.2000-2.

GROPP, Rose-Maria: Der Markt bleibt unberechenbar, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 09.05.2001.

GROPP, Rose-Maria: König, der aus dem Schatten kam, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.05.2001.

GROPP, Rose-Maria: Innere Werte, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 19.05.2001.

- GROPP, Rose-Maria: Krimikritiker, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.09.2001.
- GROPP, Rose-Maria: Klimt und die Expressionisten, Beckmann und das Informel, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.09.2001.
- GROPP, Rose-Maria: Voller Vertrauen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 03.11.2001.
- GROPP, Rose-Maria: Mit blauem Auge, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.11.2001.
- GROPP, Rose-Maria: Milliardenmann, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 07.12.2001.
- GROPP, Rose-Maria: Die Top ten: Das Rennen wird enger, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.12.2001.
- GROPP, Rose-Maria: Keine Experimente, keine Einbrüche: Der Kunstmarkt bleibt wählerisch, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.12.2001-2.
- GROPP, Rose-Maria: Zwei Joker, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.12.2001-3.
- GROPP, Rose-Maria: Miami Art, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 19.01.2002.
- GROPP, Rose-Maria: Absage von Phillips, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 20.04.2002.
- GROPP, Rose-Maria: Gefühle gegen Krise, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.05.2002.
- GROPP, Rose-Maria: Zum Rekord mit kühlem Kopf, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 16.05.2002.
- GROPP, Rose-Maria: Das große Geschäft - delikat, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.06.2002.
- GROPP, Rose-Maria: Wer bei Kunst A sagt, muß auch B sagen: Die Art Basel, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.06.2002.
- GROPP, Rose-Maria: Kompetenz steigend, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 24.08.2002.
- GROPP, Rose-Maria: Falsche Richtung, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 02.11.2002.
- GROPP, Rose-Maria: Pop on top, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 16.11.2002.
- GROPP, Rose-Maria: Rolex ist Kunst, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 23.11.2002.
- GROPP, Rose-Maria: Die Top ten 2002: Ein alter Meister und das Übliche, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 28.12.2002.
- GROPP, Rose-Maria: Von nun an superschlank, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.02.2003.
- GROPP, Rose-Maria: Basel, erschwinglich, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.05.2003.
- GROPP, Rose-Maria: Hey, big spender!, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 09.08.2003.

- GROPP, Rose-Maria: Deutschland – Auktionsland?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.10.2003.
- GROPP, Rose-Maria: Liebe zur Sache, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.11.2003.
- GROPP, Rose-Maria: Im Winterlager der globalen Kunst, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.12.2003.
- GROPP, Rose-Maria: Der Vermittler, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 09.12.2003.
- GROPP, Rose-Maria: Künftig Solo, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 24.01.2004.
- GROPP, Rose-Maria: Neues Blut, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.03.2004.
- GROPP, Rose-Maria: Riskant, riskant, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27.03.2004.
- GROSS, Roland: Das Geldverspielen nicht den Banken überlassen, in: Stuttgarter Nachrichten vom 06.04.2002.
- GROSS, Roland: Handel bei Auktionen zurückhaltend, Privatkäufer dominieren, in: Die Welt vom 13.09.2003.
- GUGG, Anton: Wie immer ein üppiges Kunstfest, in: Weltkunst Nr. 07/2002.
- GUTH, Robert: eBay to Offer Online Auctions In Japan With NEC, in: Wall Street Journal Europe vom 18./19.02.2000.
- GWYTHYER, Matthew: Lot No. 1: A 200-year-old rivalry between Christie's and Sotheby's, in: Management Today Nr. 6/1999.
- HALL, Amanda: The global auctioneer, in: The Sunday Telegraph vom 10.09.2000.
- HAMILTON, Kirstie: British auction houses fall to french bidders, in: The Sunday Times vom 21.11.1999.
- HAMMER, Gerd: Wem Erbe gebührt, in: Süddeutsche Zeitung vom 14.02.2002.
- HÄNDLER, Ruth: Graf Panzas Gespür für Kunst, in: ART Nr. 7/2001.
- HANSELL, Paul: Internet Auction House Wakes Up IPO Market, in: International Herald Tribune vom 26.09.1998.
- HANEL, Eva: Es ist schick, Kunst in Paris zu kaufen, in: Die Welt vom 26.07.2003.
- HANEL, Eva: Bernard Arnault zieht sich weiter aus dem Kunstgeschäft zurück, in: Die Welt vom 03.01.2004.
- HARGREAVES, Deborah: Blair takes on Brussels over boost for artists' royalties, in: The Financial Times vom 14.02.1999.
- HARGREAVES, Deborah: EU heady for wrangle over art sales compromise, in: The Financial Times vom 23./24.10.1999.
- HARGREAVES, Deborah: Artists must wait for share of resale cash, in: The Financial Times vom 16.03.2000.
- HARGREAVES, Deborah; THORNCROFT, Antony: London art market welcomes resale deal, in: The Financial Times vom 17.03.2000.

- HASE, Bettina von: The Magnificent seven, in: Financial Times Business Weekend vom 05.05.2001.
- HASSELL, Christa von: Kunst aus Fernost für jeden Geschmack, in: Die Welt vom 03.04.1999.
- HASSELL, Christa von: Asian Week, in: Weltkunst Nr. 13/1998.
- HASSELL, Christa von: Neueröffnung, in: Weltkunst Nr. 03/2000.
- HASSELL, Christa von: Indische Skulpturen besonders erfolgreich, in: Die Welt vom 01.04.2000.
- HASTUNGS, Chris; MILNER, Catherine: Tate paintings on list of suspected Nazi loot, in: The Sunday Telegraph vom 20.02.2000.
- HAUG, Ute: Die Verantwortung der Provenienzforschung: Können wir allen gerecht werden?, in: museumskunde Nr. 02/2002.
- HAUSCHILD, Joachim: Ewig verzögert, in: ART Nr. 7/2001.
- HÄUSLER, Barbara: Warum würden Sie keine Kunst im Internet kaufen?, in: ART Nr. 06/2000.
- HAWKES, Harry: Greed is good in these TV times, in: Burlington Post vom 05.06.1999.
- HAWKES, Steve: Sotheby's calls halt to its search for a suitor, in: The Evening Standard vom 21.02.2003.
- HEANEY, Catherine: Notices, in: Image Nr. 04/2000.
- HECHT, Axel: Editorial, in: ART Nr. 02/2000.
- HECHT, Axel: „Die Museumsleute haben mich tief gekränkt“ (Interview mit Jan A. Ahlers und Christoph Graf Douglas), in: ART Nr. 04/2001.
- HECHT, Axel: „Ich plädiere für Tabubruch“ (Interview mit Hilmar Hoffmann), in: ART Nr. 06/2003.
- HECHT, Axel: „Provenienzforschung kaum gefragt“ (Interview mit Willi Korte), in: ART Nr. 09/2003.
- HECKMANN, Uwe: Kriegsbeute kehrt heim, in: Welt am Sonntag vom 30.07.2000.
- HEILBOCK, Jürgen: Die Software ist erbarmungslos, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.02.2000.
- HEILBOCK, Jürgen: Trau, schau wem – Internet-Auktionen als moderne Form des Glücksspiels, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.04.2000.
- HEINICK, Angelika: Elektronische Kunstpolizei, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.11.1995.
- HEINICK, Angelika: Druot in Not, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.07.1998.
- HEINICK, Angelika: Neues Zentrum für den Kunsthandel?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 05.10.1998.
- HEINICK, Angelika: Frankreich bleibt weiter im Wort, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 19.12.1998.
- HEINICK, Angelika: Zum internationalen Marktpreis, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 23.01.1999.

HEINICK, Angelika: Triumph des Goût Beistegui, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.06.1999.

HEINICK, Angelika: Kunstmarktreform in Frankreich - Endlich, endlich, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 19.06.1999.

HEINICK, Angelika: Bilanz im Drouot - Weiterer Aufschub der Reform?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 24.07.1999.

HEINICK, Angelika: Spielregeln im Netz, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.12.1999.

HEINICK, Angelika: Am starken Arm des Staates, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.01.2000.

HEINICK, Angelika: Pinault hat Christie's, Arnault hat Phillips, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 19.02.2000.

HEINICK, Angelika: LVMH steigt ein, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.02.2000.

HEINICK, Angelika: Pinault kauft weiter, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.03.2000.

HEINICK, Angelika: Die schöne Amerikanerin, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.03.2000.

HEINICK, Angelika: Frankreichs Schätze, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.03.2000-2.

HEINICK, Angelika: Jetzt liest Arnault, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.04.2000.

HEINICK, Angelika: Schöner versteigern, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.04.2000-2.

HEINICK, Angelika: Wildenstein, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 20.05.2000.

HEINICK, Angelika: Die Stühle aus Schloß Bagatelle, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 03.06.2000.

HEINICK, Angelika: Mit dem Senkblei in die Vierziger und Fünfziger, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.07.2000.

HEINICK, Angelika: If I had a hammer oder Die formvollendete Auktion lebt nicht vom Gebot allein, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.08.2000.

HEINICK, Angelika: Das Zertifikat, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.08.2000-2.

HEINICK, Angelika: Global in Paris, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 09.09.2000.

HEINICK, Angelika: Die smarte Alice, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 23.09.2000.

HEINICK, Angelika: Natürliche Auslese, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 07.10.2000.

HEINICK, Angelika: Eine Revolution steht vor der Tür, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 14.10.2000.

HEINICK, Angelika: Gelassen ins Netz und in neue Fassade, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 21.10.2000.

HEINICK, Angelika: Wozu soll Kunst dienen, wenn nicht für ein besseres Leben, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 28.10.2000.

HEINICK, Angelika: Gut für die Künstler, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.11.2000.

HEINICK, Angelika: Weihnachtsfusion, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 23.12.2000.

HEINICK, Angelika: In Frankreich herrscht Gelassenheit angesichts der Marktöffnung, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.12.2000.

HEINICK, Angelika: Staatshilfe zur Messe, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.01.2001.

HEINICK, Angelika: Totale Transparenz, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.03.2001.

HEINICK, Angelika: Frankreich vor der Ratifizierung, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 21.04.2001.

HEINICK, Angelika: Signaturschwindel, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.05.2001.

HEINICK, Angelika: Startschuß, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 19.05.2001.

HEINICK, Angelika: Monsieur Loudmers Fall, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 14.07.2001.

HEINICK, Angelika: Die Reform, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 21.07.2001.

HEINICK, Angelika: Sammlung Gaffé, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 28.07.2001.

HEINICK, Angelika: Die „Dation“, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.08.2001.

HEINICK, Angelika: Pastor Adrianus Tegularius, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.08.2001-2.

HEINICK, Angelika: Reformfortschritte, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.09.2001.

HEINICK, Angelika: Fünfzig Polizeizeichnungen – und doch stets dasselbe Gesicht, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.10.2001-1.

HEINICK, Angelika: Francois de Ricqlès, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.10.2001-2.

HEINICK, Angelika: Karten neu mischen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27.10.2001-1.

HEINICK, Angelika: Bilder und Pferde, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27.10.2001-2.

HEINICK, Angelika: Paris läßt London zittern, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 03.11.2001.

HEINICK, Angelika: Hippolyte Mireur, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.11.2001.

HEINICK, Angelika: Premierenapplaus, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.12.2001.

HEINICK, Angelika: Auf dem Weg zu Freiheit, Gleichheit, Brüderlichkeit im Auktionssaal, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 05.01.2002.

HEINICK, Angelika: Erste Schritte, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 09.02.2002.

HEINICK, Angelika: Das Monopol kam per Edikt, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 23.02.2002.

HEINICK, Angelika: Artcurial-Briest, ein weiterer Zusammenschluß, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 09.03.2002.

HEINICK, Angelika: Kunst in Prozenten, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 25.05.2002.

HEINICK, Angelika: Vernunfthochzeit, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.06.2002.

HEINICK, Angelika: Investoren verprellt, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.06.2002.

HEINICK, Angelika: Tarzan, dich haben wir erwartet, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27.07.2002.

HEINICK, Angelika: Drouot bleibt Drouot, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 23.11.2002.

HEINICK, Angelika: Pariser Lösung, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 07.12.2002.

HEINICK, Angelika: Seit Generationen gepflegte Kontakte sind ein entscheidender Vorteil, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.01.2003.

HEINICK, Angelika: Salon für Sammler, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.02.2003.

HEINICK, Angelika: Streit der Experten, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.03.2003.

HEINICK, Angelika: Das Pflaster von Paris ist nicht einfach für Christie's und Sotheby's, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 23.08.2003.

HEINICK, Angelika: Monopol gebrochen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.09.2003.

HEINICK, Angelika: Standhaft in Gewitterwolken, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.10.2003.

HEINICK, Angelika: Tajan zu verkaufen?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.10.2003.

HEINICK, Angelika: LVMH verkauft, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.01.2004.

HEINICK, Angelika: Wettbewerbsstark, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.01.2004-2.

HEINICK, Angelika: Kunstmarkt, adieu, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.01.2004.

HEINICK, Angelika: Die Neue, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 31.01.2004.

- HEINICK, Angelika: Suspendiert, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 07.02.2004.
- HEINICK, Angelika: Jüngere Meister rücken auf, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 20.03.2004.
- HEISE-SAPPER, Margarethe: Eine Plattform gegen das Folgerecht, in: Handelsblatt vom 18./19.06.1999.
- HEISE-SAPPER, Margarethe: Galerien und Museen praktizieren die neue Bescheidenheit, in: Handelsblatt vom 25./26.06.1999.
- HEISE-SAPPER, Margarethe: Äußerst fragwürdige Gesetzesfolgen, in: Handelsblatt vom 17./18.03.2000.
- HEISE-SAPPER, Margarethe: Noch viele Hürden, in: Handelsblatt vom 29.08.2000.
- HEISE-SAPPER, Margarethe: Die Professionalisierung schreitet voran, in: Handelsblatt vom 30.03.2001.
- HEISE-SAPPER, Margarethe: Akute Krisenverkäufe in Tokio, in: Handelsblatt vom 11.06.2001.
- HEISE-SAPPER, Margarethe: Bessere Absatzschiene? , in: Handelsblatt vom 18.09.2001.
- HEISE-SAPPER, Margarethe: Behutsame Reformen, in: Handelsblatt vom 08./09.03.2002.
- HEISE-SAPPER, Margarethe: Teures Lächeln aus zweiter Hand, in: Handelsblatt vom 02.04.2002.
- HEISE-SAPPER, Margarethe: Dorotheum verkauft Immobilien, in: Handelsblatt vom 15./16.11.2002.
- HEISE-SAPPER, Margarethe: Auftrieb durch die Moderne und neue Sammelgebiete, in: Handelsblatt vom 24./25.01.2003.
- HELM, Siegfried: Sensations-Auktion, in: Welt am Sonntag vom 11.04.1999.
- HELMORE, Edward: Going mad on Madison Ave, in: The Guardian vom 05.12.1999.
- HENKE, Barbara: Gegenwart ist alles, in: Handelsblatt vom 24./25.03.2000.
- HENKE, Barbara: Schnurstracks in den Himmel, in: Handelsblatt vom 12./13.01.2001.
- HENKEL, Inge: Vom Retter zum Verderber, in: Süddeutsche Zeitung vom 08.05.2000.
- HENLE, Susanne: Der Kunde zählt, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.03.2000.
- HENLE, Susanne: Getrennt marschieren, vereint schlagen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.03.2000.
- HENLE, Susanne: Mehr Macht den Kölner Messen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 25.03.2000.
- HENLE, Susanne: Stier im Profil, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.02.2001.

- HENLE, Susanne: Im Doppelpack das Publikum erobern für einen Brueghel oder den Art Brut, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.04.2001.
- HENLEY, Jon: Yahoo! Agrees to ban auctions of Nazi memorabilia, in: The Guardian vom 04.01.2001.
- HENLEY, Jon: Sonic boom, in: The Guardian vom 11.11.2003.
- HENN, Michael: Netz mit doppeltem Boden, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.06.2000.
- HENRICH, Anke: Schaulaufen im Netz, in: Focus Nr. 18/2000.
- HENSHER, Philip: Burn a Van Gogh and be famous, in: The Independent vom 28.07.1999.
- HENRICH, Peter: 47. Kunst-Messe München (Interview), in: Weltkunst Nr. 13/2002.
- HENZE, Detlev: Eine Frage des Vertrauens, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.06.2000.
- HEPPE, Hortense von: Kein Künstler sein!, in: Kursbuch 99, Thema "Kunst-Betrieb", 4/1990.
- HERCHENRÖDER, Christian: Der Markt ist nach wie vor keine Einheit, in: Weltkunst Nr. 02/1998.
- HERCHENRÖDER, Christian: Rückfall in den Protektionismus, in: Handelsblatt vom 17./18.04.1998.
- HERCHENRÖDER, Christian: Goldene Zeiten für den Handel?, in: Weltkunst Nr. 08/1998.
- HERCHENRÖDER, Christian: Flucht in die Qualität, in: Handelsblatt vom 23./24.10. 1998.
- HERCHENRÖDER, Christian: Vom Sammlermarkt zum Konkursverwalter - Aspekte der Kunstmarktentwicklung 1998, in: Handelsblatt vom 18./19.12.1998.
- HERCHENRÖDER, Christian: Alte und neue Triebkräfte des Marktes, in: Handelsblatt vom 12./13.03.1999.
- HERCHENRÖDER, Christian: Sammlung Deyhle bei Sotheby's - ein Notverkauf, in: Handelsblatt vom 30.04./01.05.1999.
- HERCHENRÖDER, Christian: Amerikanische Sammler stützen den Impressionistenmarkt, in: Handelsblatt vom 18.05.1999.
- HERCHENRÖDER, Christian: Wenn Kunst und Krempel sich im Web begegnen, in: Handelsblatt vom 21./22.05.1999.
- HERCHENRÖDER, Christian: Hilferuf der Galerien, in: Handelsblatt vom 18./19.06.1999.
- HERCHENRÖDER, Christian: Eine neue Liquidität fördert den Kunstkonsum, in: Handelsblatt vom 16./17.07.1999.
- HERCHENRÖDER, Christian: Der Auktionator als Kulturgut-Vermittler, in: Handelsblatt vom 06./07.08.1999.
- HERCHENRÖDER, Christian: Im Zeichen des Marktaufschwungs: Ein Saison-Rückblick, in: Weltkunst Nr. 08/1999.

- HERCHENRÖDER, Christian: Marktstütze Amerika, in: Handelsblatt vom 12./13.11.1999.
- HERCHENRÖDER, Christian: Mehr Kunst im „Netz der Netze“, in: Handelsblatt vom 26.11.1999.
- HERCHENRÖDER, Christian: Im Dunstkreis der Nobelmarken, in: Handelsblatt vom 17./18.12.1999.
- HERCHENRÖDER, Christian: IA wurde Aktiengesellschaft, in: Handelsblatt vom 23./24.02.1999.
- HERCHENRÖDER, Christian: Plädoyer für den Individualismus, in: Weltkunst Nr. 12/1999.
- HERCHENRÖDER, Christian: Deutscher Sammler auf Bilderjagd, in: Handelsblatt vom 04./05.02.2000.
- HERCHENRÖDER, Christian: Materialmangel, in: Handelsblatt vom 05./06.05.2000.
- HERCHENRÖDER, Christian: Markterfolg durch Bildtransfer, in: Handelsblatt vom 26./27.05.2000.
- HERCHENRÖDER, Christian: Reife Preise, unausgereifte Technik, in: Handelsblatt vom 09./10.06.2000.
- HERCHENRÖDER, Christian: Die Messe als Museum auf Zeit, in: Handelsblatt vom 23./24.06.2000.
- HERCHENRÖDER, Christian: Verluste durch das Internet, in: Handelsblatt vom 18./19.08.2000.
- HERCHENRÖDER, Christian: Innovative Tendenzen und frisches Programm, in: Handelsblatt vom 22./23.09.2000.
- HERCHENRÖDER, Christian: Im Profil im neuen Ambiente, in: Handelsblatt vom 29./30.09.2000-1.
- HERCHENRÖDER, Christian: Der Sammler als Marktstrategie, in: Handelsblatt vom 29./30.09.2000-2.
- HERCHENRÖDER, Christian: Der Kunstmarkt im 20. Jahrhundert, in: Weltkunst Nr. 10/2000.
- HERCHENRÖDER, Christian: Der Markt läßt sich nicht zwingen, in: Handelsblatt vom 20./21.10.2000.
- HERCHENRÖDER, Christian: Die schleichende Rückkehr der Figuration, in: Handelsblatt vom 07.11.2000.
- HERCHENRÖDER, Christian: Nur das Allerbeste lockt die Sammler, in: Handelsblatt vom 10./11.11.2000.
- HERCHENRÖDER, Christian: Der Fluch der Hochpreispolitik, in: Handelsblatt vom 14.11.2000.
- HERCHENRÖDER, Christian: Kerngesunder Altmeister-Markt, in: Handelsblatt vom 15./16.12.2000.
- HERCHENRÖDER, Christian: Händler decken sich für Maastricht ein, in: Handelsblatt vom 19.12.2000-1.
- HERCHENRÖDER, Christian: Stolze Position des Kunsthandwerks, in: Handelsblatt vom 19.12.2000-2.

LXVIII

HERCHENRÖDER, Christian: Faszination der Preise, in: Handelsblatt vom 22./23.12.2000.

HERCHENRÖDER, Christian: Marktdiskretion statt Publizität, in: Handelsblatt vom 02./03.02.2001.

HERCHENRÖDER, Christian: Der Handel trumpft mit frischer Ware auf, in: Handelsblatt vom 09./10.03.2001.

HERCHENRÖDER, Christian: Schwere Hypothek, in: Handelsblatt vom 16./17.03.2001.

HERCHENRÖDER, Christian: Exklusive Zukunftsmusik, in: Handelsblatt vom 04.07.2001.

HERCHENRÖDER, Christian: Jeff Koons schlägt Tilman Riemenschneider, in: Handelsblatt vom 20./21.07.2001.

HERCHENRÖDER, Christian: Hommage an Berlin mit Spitzenstücken, in: Handelsblatt vom 25.09.2001.

HERCHENRÖDER, Christian: Hoffende, bangende Preiserwartung, in: Handelsblatt vom 30.10.2001.

HERCHENRÖDER, Christian: Glück der Auktionen, in: Handelsblatt vom 09./10.11.2001.

HERCHENRÖDER, Christian: Moderates Ergebnis in Schloß Anholt, in: Handelsblatt vom 23./24.11.2001.

HERCHENRÖDER, Christian: Fels in der Brandung, in: Handelsblatt vom 21./22.12.2001.

HERCHENRÖDER, Christian: Kein Krisenjahr, in: Weltkunst Nr. 01/2002.

HERCHENRÖDER, Christian: Londoner Marktkonzentrat mit anspruchsvollen Preisen, in: Handelsblatt vom 21./22.06.2002.

HERCHENRÖDER, Christian: Kunst braucht einen langen Atem, in: Handelsblatt vom 19./20.07.2002.

HERCHENRÖDER, Christian: Galerien im Kampf gegen die Steuerschraube, in: Handelsblatt vom 01./02.11.2002.

HERCHENRÖDER, Christian: Gravierende Kunst-Fehler, in: Handelsblatt vom 15./16.11.2002.

HERCHENRÖDER, Christian: Mit Preisvernunft der Krise trotzen, in: Handelsblatt vom 20./21.12.2002.

HERCHENRÖDER, Christian: Doppelt zur Kasse, in: Handelsblatt vom 17./18.01.2003.

HERCHENRÖDER, Christian: Nur das Beste hat Bestand, in: Handelsblatt vom 07./08.02.2003.

HERCHENRÖDER, Christian: Die nächste Lagerfeld-Auktion, in: Handelsblatt vom 14./15.03.2003-1.

HERCHENRÖDER, Christian: Ein starkes antizyklisches Programm, in: Handelsblatt vom 14./15.03.2003-2.

HERCHENRÖDER, Christian: Vorweggenommener Aufschwung?, in: Handelsblatt vom 21./22.03.2003.

- HERCHENRÖDER, Christian: Jawlensky-Gutachten mit vielen Hürden, in: Handelsblatt vom 13./14.06.2003-1.
- HERCHENRÖDER, Christian: Galerie Haas eröffnet in Zürich, in: Handelsblatt vom 13./14.06.2003-2.
- HERCHENRÖDER, Christian: Raffinierte Kunstmischungen und monumentale Formate, in: Handelsblatt vom 20./21.06.2003.
- HERCHENRÖDER, Christian: Eine Fotoschau für Markteinsteiger, in: Handelsblatt vom 11./12.07.2003.
- HERCHENRÖDER, Christian: Schlank und mittelmäßig, in: Handelsblatt vom 02./03./04.10.2003.
- HERCHENRÖDER, Christian: Die Rückkehr wichtiger Händler stärkt das Angebot alter Kunst, in: Handelsblatt vom 17./18.10.2003.
- HERCHENRÖDER, Christian: Bekannte Gesichter, gute Geschäfte, in: Handelsblatt vom 24./25.10.2003.
- HERCHENRÖDER, Christian: Altes Blut in neuen Adern, in: Handelsblatt vom 31.10./01.11.2003.
- HERCHENRÖDER, Christian: Jörg M. Bertz verläßt Sotheby, in: Handelsblatt vom 23./24.01.2004.
- HERCHENRÖDER, Christian: Schwierige Zeiten für alte Kunst, in: Weltkunst Nr. 01/02/2004.
- HERCHENRÖDER, Christian: Spitzenmaterial weckt Investitionslust, in: Handelsblatt vom 05./06.03.2004.
- HERDA, Susanne: Schnäppchenjagd online, in: Süddeutsche Zeitung vom 27.04.1999.
- HERMS DRATH, Viola: Ein hilfreicher Schritt zur Restitution jüdischen Eigentums, in: Handelsblatt vom 27./ 28.11.1998.
- HERSTATT, Claudia: Schöne Abzüge, in: Die Zeit vom 23.11.2000.
- HERSTATT, Claudia: Mehr Konsum als Kultur?, in: Die Zeit vom 28.12.2000.
- HERSTATT, Claudia: Simultan macht stark, in: Die Zeit vom 11.01.2001.
- HERSTATT, Claudia: Die Gunst der Wende, in: Die Zeit vom 18.01.2001.
- HERSTATT, Claudia: Die Reste der Macht, in: Die Zeit vom 25.01.2001.
- HERSTATT, Claudia: Run auf Bücher, in: Die Zeit vom 01.02.2001.
- HERSTATT, Claudia: Service für Morgen, in: Die Zeit vom 08.02.2001.
- HERSTATT, Claudia: Ausser Konkurrenz, in: Die Zeit vom 15.02.2001.
- HERSTATT, Claudia: Der feine Schliff, in: Die Zeit vom 22.02.2001.
- HERSTATT, Claudia: Der Graf als Detektiv, in: Die Zeit vom 08.03.2001.
- HERSTATT, Claudia: Käufers Lust, in: Die Zeit vom 15.03.2001.
- HERSTATT, Claudia: Virtuelle Abstürze, in: Die Zeit vom 22.03.2001.
- HERSTATT, Claudia: Hoch im Norden, in: Die Zeit vom 19.04.2001.
- HERSTATT, Claudia: Die Kunst des Auslösers, in: Die Zeit vom 26.04.2001.

- HERSTATT, Claudia: Und zum Dritten, in: Die Zeit vom 03.05.2001.
- HERSTATT, Claudia: Unter dem Hammer, in: Die Zeit vom 31.05.2001.
- HERSTATT, Claudia: Goldener Helm perdu, in: Die Zeit vom 07.06.2001.
- HERSTATT, Claudia: Raumgreifend, in: Die Zeit vom 13.06.2001.
- HERSTATT, Claudia: Kunstbanking, in: Die Zeit vom 21.06.2001.
- HERSTATT, Claudia: Kauf per Ohr, in: Die Zeit vom 28.06.2001.
- HERSTATT, Claudia: Preiswerte Meister, in: Die Zeit vom 05.07.2001.
- HERSTATT, Claudia: Die Schuld der Käufer, in: Die Zeit vom 12.07.2001.
- HERSTATT, Claudia: Jubel!, in: Die Zeit vom 19.07.2001.
- HERSTATT, Claudia: Sommergäste, in: Die Zeit vom 02.08.2001.
- HERSTATT, Claudia: Finderlohn gefordert, in: Die Zeit vom 09.08.2001.
- HERSTATT, Claudia: Vereinsmeiereien, in: Die Zeit vom 16.08.2001.
- HERSTATT, Claudia: Späte Karriere, in: Die Zeit vom 30.08.2001.
- HERSTATT, Claudia: Das nationale Gut, in: Die Zeit vom 06.09.2001.
- HERSTATT, Claudia: Pariser Ehrgeiz, in: Die Zeit vom 20.09.2001.
- HERSTATT, Claudia: Die Kunst des Überlebens, in: Die Zeit vom 27.09.2001.
- HERSTATT, Claudia: Zerstörte Werte, in: Die Zeit vom 04.10.2001.
- HERSTATT, Claudia: Lieb & teuer, in: Die Zeit vom 18.10.2001.
- HERSTATT, Claudia: Kunst satt, in: Die Zeit vom 31.10.2001.
- HERSTATT, Claudia: Arkadien, ade?, in: Die Zeit vom 15.11.2001.
- HERSTATT, Claudia: Mangelware Geld, in: Die Zeit vom 10.01.2002.
- HERSTATT, Claudia: Die Kraft der Mitte, in: Die Zeit vom 03.01.2002.
- HERSTATT, Claudia: Auf Sparkurs, in: Die Zeit vom 17.01.2002.
- HERSTATT, Claudia: Eingetütet, in: Die Zeit vom 24.01.2002.
- HERSTATT, Claudia: Generös überleben, in: Die Zeit vom 31.01.2002.
- HERSTATT, Claudia: Prada statt Mettmann, in: Die Zeit vom 07.02.2002.
- HERSTATT, Claudia: Lissitzkijs Erben, in: Die Zeit vom 14.02.2002.
- HERSTATT, Claudia: Nachlass als Beute, in: Die Zeit vom 28.02.2002.
- HERSTATT, Claudia: Späte Besinnung, in: Handelsblatt vom 01./02.03.2002.
- HERSTATT, Claudia: Pracht mit Macken, in: Die Zeit vom 07.03.2002.
- HERSTATT, Claudia: Goldene Skelette, in: Die Zeit vom 14.03.2002.
- HERSTATT, Claudia: Alles für die Frauen, in: Die Zeit vom 08.05.2002.
- HERSTATT, Claudia: Geheimniskrämer, in: Die Zeit vom 23.05.2002.
- HERSTATT, Claudia: Wie sammelt man eigentlich Videokunst?, in: Die Zeit vom 27.06.2002.
- HERSTATT, Claudia: Sommerfrische, in: Die Zeit vom 01.08.2002.
- HERSTATT, Claudia: Kölnische Kunst, in: Die Zeit vom 31.10.2002.

- HERSTATT, Claudia: Unberechenbar, in: Die Zeit vom 07.11.2002.
- HERSTATT, Claudia: Schöne Prinzessinnen, in: Die Zeit vom 06.02.2003.
- HERSTATT, Claudia: Teurer Wohlklang, in: Die Zeit vom 06.03.2003.
- HERSTATT, Claudia: Make art, not war, in: Die Zeit vom 16.04.2003.
- HERSTATT, Claudia: Schicksalsbilder, in: Die Zeit vom 22.05.2003.
- HERSTATT, Claudia: Sweet Charity, in: Die Zeit vom 28.05.2003.
- HERSTATT, Claudia: So stahl die DDR, in: Die Zeit vom 07.08.2003.
- HERSTATT, Claudia: Wer bietet mehr?, in: Die Zeit vom 11.09.2003.
- HERSTATT, Claudia: Wandertage, in: Die Zeit vom 18.09.2003.
- HERSTATT, Claudia: Gefälschte Ameisen, in: Die Zeit vom 25.09.2003.
- HERSTATT, Claudia: Bierzelt bleibt Bierzelt, in: Die Zeit vom 23.10.2003.
- HERSTATT, Claudia: Haushohe Gebote, in: Die Zeit vom 27.10.2003.
- HERSTATT, Claudia: Auszug der Archive, in: Die Zeit vom 31.12.2003.
- HERSTATT, Claudia: Wie alles begann, in: Die Zeit vom 29.01.2004.
- HERSTATT, Claudia: In rasendem Tempo, in: Die Zeit vom 26.02.2004.
- HERSTATT, Claudia: Kunstprachtstrassen, in: Die Zeit vom 11.03.2004.
- HERSTATT, Claudia: Ein van Gogh bei eBay, in: Die Zeit vom 18.03.2004.
- HERSTATT, Claudia: Buntes Stilgewirr, in: Die Zeit vom 01.04.2004.
- HERZOG, Günter: Aus dem Zentralarchiv des internationalen Kunsthandels, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.10.2003.
- HEUER, Carl-Heinz: Die Kunstraubzüge der Nationalsozialisten und ihre Rückabwicklung, in: Weltkunst Nr. 03/1999.
- HEUER, Carl-Heinz: „Eingesperrt“ oder „ausverkauft“?, in: Weltkunst Nr. 11/2001.
- HEYDEBRECK, Amelie von: Künstler, rettet den Kapitalismus!, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 09.03.2003.
- HICKS, Alistair: Stolen Clothes, in: Antique Interiors Nr. 34/1999.
- HILL, Charles: Kunstraub ist Zeitverschwendung (Interview), in: Der Spiegel Nr. 37/2001.
- HILS-COSGROVE, Miriam: Sotheby's in frame for £5.9 loss, in: The Scotsman vom 10.08.2001.
- HOFFMANN, Gabriele: Schöne Frauen, die aus Küken wachsen, in: die tageszeitung vom 27.03.2004.
- HOFFMANS, Christiane: Jetzt steigert die Polizei mit, in: Bunte vom 02.03.2000.
- HOFFMANS, Christiane: Ohne klassische Moderne geht es nicht, in: Welt am Sonntag vom 17.08.2003.
- HÖFER, Max: Tanz ums goldene Kalb, in: Kursbuch 99, Thema "Kunst-Betrieb", 4/1990.
- HÖHMANN, Christiane: Berlin entschied gegen Van Gogh, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.02.2001.

- HÖHMANN, Christiane: Auge für Afrika, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.12.2001.
- HOFFMANN, Jürgen: Der Mausklick ersetzt den Schlag mit dem Hammer, in: Süddeutsche Zeitung vom 17.03.1999.
- HOHMEYER, Boris; THON, Ute: Willkommen im alten Europa, in: ART Nr. 02/2004.
- HOHMEYER, Boris: Der spiegelverkehrte Menzel, in: ART Nr. 03/2004.
- HOHMEYER, Jürgen: Das Volk als Ärgernis, in: Der Spiegel Special Nr. 12/1998, Thema "Ware Kunst".
- HOLLEIN, Max: Zurück in die Zukunft, in: Art Investor Nr. 02/2001.
- HOLLEIN, Max: Investment in die Zukunft, in: Art Investor Nr. 03/2001.
- HOLLIDAY, Richard: Lagerfeld to sell his art treasures worth £ 25m. in: The Evening Standard vom 18.01.2000.
- HOLMES, Lawrie: Sotheby's sale hampered by legacy of price-fixing, in: The Sunday Express vom 23.02.2003.
- HORNIG, Frank; STEINGART, Gabor: „Das ist Irrsinn“, in: Der Spiegel Nr. 30/2001.
- HORNY, Tinga: Unheimliche Welt des Alltags, in: Handelsblatt vom 02./03.6.2000.
- HORNY, Tinga: Hauptsache gute Kunst, in: Handelsblatt vom 25./26.7.2003.
- HOWARD, Greville: Why Euro could spell you're out of work, in: The Daily Telegraph vom 25.01.1999.
- HUESTER, Wiebke: Da ist die junge Kunst, die sich der Natur zuwendet, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.10.2003.
- HUFF, Martin: Wer schützt den Kunstkäufer?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 25.02.1995.
- HUGHES, Robert: Sotheby's Reports Wider Loss for 3rd Quarter, in: The Wall Street Journal vom 16.11.2000.
- HUGHES-MORGAN, Mark; WRIGHT, Susan: Making a click sale, in: The Evening Standard vom 15.03.1999.
- HUISSELING, Marc van: Verstiegene Geschäfte, in: Die Weltwoche vom 09.03.2000.
- HUSSLEIN, Agnes: Der Kunstmarkt, in: ARAM - Das Kunstmagazin Nr. 03/1988.
- HUTHER, Christian: Art Frankfurt, in: Weltkunst Nr. 03/2000.
- IMDAHL, Georg: Einstimmig, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.04.2000.
- IMDAHL, Georg: Korrekturen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.06.2000.
- IMDAHL, Georg: Einzelhändler in Sachen Kunst?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.07.2000.
- IMDAHL, Georg: Strategisch vereint, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.08.2000.

- IMDAHL, Georg: Recht nett ohne Korsett, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.09.2000-1.
- IMDAHL, Georg: Keine Angst vor Rot, Gelb, Blau, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.09.2000-2.
- IMDAHL, Georg: Die Qual der Wahl, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.11.2000.
- IMDAHL, Georg: Die Rauhfaser tapete kommt auch weg, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.11.2000-1.
- IMDAHL, Georg: Gescheitert, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.11.2000-2.
- IMDAHL, Georg: Rotation, freiwillig, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 16.12.2000.
- IMDAHL, Georg: Die Rheinschiene funktioniert – jedenfalls provisorisch, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 03.02.2001.
- IMDAHL, Georg: Heinz Holtmann, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 24.03.2001.
- IMDAHL, Georg: Härtefälle?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.08.2001.
- IMDAHL, Georg: Düsseldorfer Logik, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.09.2001.
- IMDAHL, Georg: Neue Kunst, auch schlüsselfertig, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.10.2001-1.
- IMDAHL, Georg: Endlich Ruhe für das Institut, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27.10.2001.
- IMDAHL, Georg: Feiningers Stadt am Rande der Wirklichkeit ist für die Kunst jeder Art, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 03.11.2001.
- IMDAHL, Georg: Das Kunsthaus Lempertz, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.10.2001.
- IMDAHL, Georg: Sex sells – und die „Post-Fifties“ funktionieren noch, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.05.2002.
- IMDAHL, Georg: Rückzug aus Berlin, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 03.08.2002.
- IMDAHL, Georg: Kunstblüten, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.08.2002.
- IMDAHL, Georg: Kunst am Bau, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 24.08.2002.
- IMDAHL, Georg: Penatencreme am Kühlschrank, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 02.11.2002.
- IMDAHL, Georg: Klee geht mit Pfeil und Trichter an die Spitze, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 07.12.2002.
- IMDAHL, Georg: Kunstbesteuerung, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.01.2003.
- IMDAHL, Georg: Im Herbst wird's eng, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.01.2003.

- IMDAHL, Georg: Bologna fächelt sich Frischluft zu, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 25.01.2003-1.
- IMDAHL, Georg: Wenn Galeristen und Stifter sich zusammentun, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 25.01.2003-2.
- IMDAHL, Georg: Auf der Fährte der Malerei trifft man auch schon mal den Computer, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 01.03.2003.
- IMDAHL, Georg: Originale für alle!, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 04.05.2003.
- IMDAHL, Georg: Betreuungsbedarf, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.04.2003.
- IMDAHL, Georg: Sorgenkinder, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.07.2003.
- IMDAHL, Georg: Europas Versteigerer, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.07.2003.
- IMDAHL, Georg: Die Art Cologne auf neuen Wegen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 02.08.2003.
- IMDAHL, Georg: Eine neue Messe drückt auf die Tube, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.10.2003.
- IMDAHL, Georg: Alter schützt vor Fehlern nicht, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.10.2003.
- IMMENGA, Frank: Selbstanzeige schützt Kartellsünder vor Strafe, in: Handelsblatt vom 23.05.2001.
- IMWINKELRIED, Rita: Bellini statt Werbung, in: ART Nr. 9/2001.
- INGENDAAY, Paul: Werkstatt der Sekretäre, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.04.1999.
- INNES, John: Scottish art dealers fear for future of galleries, in: The Scotsman vom 26.02.1999.
- IRVING, Mark: Murder Mystery, in: The Independent on Sunday vom 11.01.2004.
- ISENBERG, Michael: Polizei beschlagnahmt falsche Dalis im Bahnhof, in: Stuttgarter Nachrichten vom 27.04.2000.
- ISKANDAR, Samer: Gucci in deal on YSL brand, in: Financial Times vom 16.11.1999.
- ISKANDAR, Samer: Gucci pressed to form pact with PPR, in: Financial Times vom 12.05.2000.
- JACKSON, William: Auctions & the Net, in: Galleries Nr. 3/1999.
- JACOB, Rahul: Auction houses arouse Chinese anger, in: The Financial Times vom 03.05.2000.
- JAYME, Erik: Beutekunst als Rechtsfrage, in: Frankfurter Rundschau vom 13.07.2001.
- JELTSCH, Johannes: „Meine Sammlung ist erstrangig - sie zu besitzen, zweitrangig“, in: ART Nr. 11/2000.
- JENSEN, Jens Christian: Die deutsche Malerei des 19. Jahrhunderts, in: Weltkunst Nr. 08/2003.

- JOFFRE, Hugues: La France, terre promise pour Christie's, in: Tribune des Arts Nr. 3/2000.
- JOHNSON, Jo: PPR outlines financial detail of Gucci deal, in: The Financial Times vom 07.09.2001.
- JOHNSON, Jo: Artemis 'mulls' leadership changes at Gucci, in: The Financial Times vom 07./08.06.2003.
- JOHNSON, Jo: PPR to offer Euro 2.6bn to Gucci shareholders, in: The Financial Times vom 01.04.2004.
- JOHNSON, Syrie: Welcome to our art club, in: The Evening Standard vom 15.06.2000.
- JOHNSTON, Bruce: Nobility are cleared on art sales, in: The Daily Telegraph vom 30.03.1999.
- JONES, Adam: Blowing the whistle – american-style, in: The Times vom 24.02.2000.
- JONES, Adam: US lawyers seek ruling against Tennant, in: The Times vom 10.08.2000.
- JONES, Adam: Sotheby's reports £129m loss, in: The Times vom 16.11.2000.
- JUDD, Donald: Una stanza per Panza, in: KUNST intern Nr. 06/1990.
- JUNG, Alexander: Reich mit Schnäppchen, in: Der Spiegel Nr. 26/1999.
- JÜRGENSEN, Andri: Lücken für Antiken, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.05.2003.
- JURY, Louise: Antique dealers hammer Sotheby's online auction, in: The Independent vom 30.01.1999.
- JURY, Louise: Britain fights tax threat to the art trade, in: The Independent vom 20.06.1999.
- JURY, Louise: Introducing Charles Saatchi's new protégés: A security guard, an ex-stripper and a drag queen, in: The Independent vom 17.03.2004.
- KAISER, Reinhard: Geld fällt vom Himmel, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 14.10.2000.
- KAMM, Stefanie: Deutliche Wiederbelebung, in: Weltkunst Nr. 08/2003.
- KAMM, Thomas: Rival Luxury-Goods Firms Go Shopping, in: The Wall Street Journal Europe vom 16.11.1999.
- KARCHER, Eva: Mit der Passion für schöne Dinge, in: Die Zeit vom 08.02.2000.
- KARCHER, Eva: „In Kunst kann man nicht investieren“ (Interview mit Udo Kittelmann und Gregor Schneider), in: Art Investor Nr. 02/2001.
- KARCHER, Eva: Es zerriss mir das Herz, in: Die Zeit vom 11.10.2001.
- KARCHER, Eva: Glamour ist gefragt, in: Art Investor Nr. 04/2003.
- KAUBE, Jürgen: Bruno S. Frey zählt, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.03.2001.
- KAUBE, Jürgen: Junge Macher, alte Sucher, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 09.03.2002.

- KAUBE, Jürgen: Breit wird teuer, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.07.2002.
- KAUBE, Jürgen: Nach der Natur gemalt, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 10.08.2003.
- KEMP, Wolfgang: Die Entstehung der Unarten im Neo-Darwinismus, in: Merkur Nr. 06/2003.
- KEMPF, Christine: Galeristen surfen unter sich, in: Stuttgarter Nachrichten vom 03.11.2001.
- KENNEDY, Maev: Smart thinking takes on Saatchi hype, in: The Guardian vom 23.03.2004.
- KESSLER, Hans Joachim: Kunstraub im Staatsauftrag, in: Der Rotarier Nr. 09/1997.
- KETTERER, Roman Norbert: Legenden am Auktionspult (Interview), in: Weltkunst Nr. 06/1999.
- KINSELLA, Eileen: Antique French Chest Spurs a Royal Contretemps, in: The Wall Street Journal vom 28.04.1999.
- KIRWAM-TAYLOR, Helen: Horror of the hammer, in: The Financial Times vom 08./09.07.2000.
- KITTEL, Werner: Verzeichnis der verkauften Gemälde, in: Weltkunst Nr. 10/2002.
- KLETTKE, Daniel: Asiatica der Spitzenklasse, in: Neue Züricher Zeitung vom 22.03.2003.
- KLINGENMAIER, Thomas: Schwer purzelnde Preise und leicht alternde Sammler, in: Stuttgarter Zeitung vom 22.01.2004.
- KNÖFEL, Ulrike: "Das wahre Geld ist unterwegs", in: Der Spiegel Nr. 25/1999.
- KNÖFEL, Ulrike: Kunstmarkt im Rauschzustand, in: Der Spiegel Nr. 26/2000.
- KOBEL, Stefan: Mehr Gehen als Kommen, in: Handelsblatt vom 07./08.03.2003.
- KOBEL, Stefan: Lichtblicke in Stuttgart, in: Handelsblatt vom 04./05.04.2003.
- KOBI, Silvia: Tends und Risiken auf dem Fotomarkt, in: Neue Züricher Zeitung vom 08./09.06.2002.
- KOBI, Silvia: Teure Musen, in: Süddeutsche Zeitung vom 01.07.2002.
- KOBI, Silvia: Satte Farben en plein air, in: Süddeutsche Zeitung vom 06.02.2003.
- KÖHLER, Peter: Virtueller Hammer, in: Handelsblatt vom 31.03/01.04.2000.
- KOVRT, Wolfgang: Der Fall Malevitsch, in: Berliner Zeitung vom 12./13.08.2000.
- KOLDEHOFF, Stefan: Casino-Museum in Las Vegas betreibt Kunsthandel - Am Abend bewundert, am Morgen schon verkauft, in: ART Nr. 03/1999.

KOLDEHOFF, Stefan: Kunsthändler aus Tradition und Leidenschaft, in: ART Nr. 06/1999.

KOLDEHOFF, Stefan: Ermittlungen eingestellt, in: ART Nr. 02/2000.

KOLDEHOFF, Stefan: Umfassende Information – auch für Diebe, in: ART Nr. 02/2000-2.

KOLDEHOFF, Stefan; MÜLLER, Silke: Jeff Koons: „Was würde Picasso davon halten?“ (Interview mit Jeff Koons), in: ART Nr. 04/2000.

KOLDEHOFF, Stefan: „Wenn eine Tankstelle die Preise senkt, zieht die andere nach“, in: ART Nr. 04/2000.

KOLDEHOFF, Stefan: Auktionen bleiben online, in: ART Nr. 04/2000-2.

KOLDEHOFF, Stefan: Durchbruch nach 20 Jahren, in: ART Nr. 05/2000.

KOLDEHOFF, Stefan: Kunsthauptstadt Paris?, in: ART Nr. 10/2000.

KOLDEHOFF, Stefan: Die Gegenwart holt weiter auf, in: ART Nr. 11/2000.

KOLDEHOFF, Stefan: Pablo Inkasso, in: ART Nr. 12/2000.

KOLDEHOFF, Stefan: Eine Frage der Moral, in: ART Nr. 08/2001.

KOLDEHOFF, Stefan: Gegen einen Kunstfahnder, in: Frankfurter Rundschau vom 14.02.2002.

KOLDEHOFF, Stefan: Der Handel ist sein Leben, in: Süddeutsche Zeitung vom 24.02.2003

KOLDEHOFF, Stefan: Wem gehört Noldes Garten?, in: Die Zeit vom 10.07.2003.

KOLDEHOFF, Stefan: Der Kunstraub der Nazis, in: Kultur Nr. 03/2004.

KOLL, Verena: Wer zahlt denn schon für einen Picasso?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.02.2001.

KOMAREK, Eva Maria: Konkurrenzkampf im www: Kunstauktionen im Internet, in: Wirtschaftsblatt vom 12.03.1999.

KOMAREK, Eva Maria: Schmucke Gewinne für die zweitgrößte Christie's-Sparte, in: Wirtschaftsblatt vom 31.03.2000.

KOSSOF, Julian: Spoils of war, in: The Times vom 01.04.2000.

KRAMER, Christine: Aufstand gegen „Politbüro“ und „Mafiamethoden“, in: ART Nr. 01/2001.

KRAMER, Christine: Rechtsstreit um Grosz, in: ART Nr. 10/2001.

KRANHOLD, Kathryn: Sotheby's Ex-Chief Seeks Evidence to Aid Defence, in: The Wall Street Journal Europe vom 23.10.2000.

KRANHOLD, Kathryn: Auction-Firm Suit Fees May Total \$27 Millions, in: The Wall Street Journal vom 21.11.2000.

KRANHOLD, Kathryn: Auction-Suit Judge Is Asked to Limit Defendants' Actions, in: The Wall Street Journal vom 23.11.2000.

KRANHOLD, Kathryn: Sotheby's, Christie's in Settlement Talks, in: The Wall Street Journal vom 31.01.2001.

KRANHOLD, Kathryn: Sotheby's Must Pay A \$45m Fine After Guilty Plea, in: The Wall Street Journal Europe vom 05.02.2001.

KRANHOLD, Kathryn: Christie's Ex-Chairman Maintains U. S. Indicted Him to Get Taubman, in: The Wall Street Journal vom 04.03.2001.

KRANHOLD, Kathryn: Art Clients Move Closer To Being Compensated, in: The Wall Street Journal Europe vom 17.04.2001.

KRESSE, Herman: Bekenntnis der Wirtschaft, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 23.01.2001.

KRIECHBAUM, Reinhard: Lebensfreude und Neugier aufs Innenleben, in: Handelsblatt vom 17./18.08.2001.

KRÖNER, Magdalena: Flucht aus dem Bermuda-Dreieck, in: ART Nr. 02/2003.

KRONSTEINER, Olga: Star ohne Abbildung, in: Der Standard vom 18.06.2003.

KRONSTEINER, Olga, RUMP, Gerhard Charles: Top-Preise gibt es nur in New York, in: Die Welt vom 10.08.2002.

KROPMANNS, Peter: Denker im Angebot, in: ART Nr. 05/2000.

KROPMANNS, Peter: Ein Imperium wehrt sich, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.01.2000.

KROPMANNS, Peter: In dieser Kollektion gab es weder Straß noch falsche Perlen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.02.2001.

KROPMANNS, Peter: Vor 100 Jahren eröffnet, in: Weltkunst Nr. 14/2001.

KRÜGER, Werner: Aufwind in Frankreich (Gespräch mit Daniel Lelong), in: Weltkunst Moderne 2000-1.

KRÜGER, Werner: Korrektur durch Fusion (Gespräch mit Michael Schultz und Klaus Gerrit), in: Weltkunst Moderne 2000-2.

KRÜGER, Werner: Auf das eigene Profil kommt es an (Interview mit Samuel Keller), in: Weltkunst Moderne 2000-3.

KRÜGER, Werner: Der Bauch spricht mit (Gespräch mit Ingeborg Henze-Ketterer), in: Weltkunst Moderne 2002-1.

KRÜGER, Werner: Der Markt regelt die Investitionen (Gespräch mit Ernst Hilger), in: Weltkunst Moderne 2002-2.

KRÜGER, Werner: Als Sammler wird man nicht geboren (Interview mit Frieder Burda), in: Weltkunst Moderne 2002-3.

KRÜGER, Werner; MANGOLD, Dirk: „Ich bin ein Integrierer“ (Gespräch mit Gérard Goodrow), in: Weltkunst Nr. 11/2003.

KRUMEICH, Gerd: Die Schreibkugel für's Museum, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.06.1999.

KRUMEICH, Gerd: Unteranschlag? Schreibzylinder? Oder Typenkissen?, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 24.11.2002.

KRUMPL, Doris: Schöne neue Übersichtlichkeit?, in: Der Standard vom 26.02.1999.

KRUMPL, Doris: Bietgefechte im Internet, in: Der Standard vom 17./18.04.1999.

KRUMMHEUER, Eberhard: Krise tief, Tasche leer: Luxus ist kein Erfolgsgarant, in: Handelsblatt vom 05./06.09.2003.

- KRUSCH, Hendrik: Kunstraub ist kein Kavaliersdelikt, in: Stuttgarter Nachrichten vom 27.03.2000.
- KÜGLER, Bernhard: Restauratoren-Ausbildung, in: Weltkunst Nr. 13/2003.
- KUHN, Nicola: Garten Eden in der Fabrik, in: Handelsblatt vom 06./07.10.2000.
- KUNTH, Felicitas: Mit guter Mine zum großen Stil, in: Art Investor Nr. 01/2003.
- KUNTH, Felicitas: Es muß nicht gleich Christie's sein, in: Art Investor Nr. 02/2003.
- KUTSCHER, Barbara: New York unter der Fuchtel der Dekorateure, in: Die Welt vom 31.10.2003.
- LABATE, John: Chrisite's rethinks net policy, in: The Financial Times vom 12.11.1999.
- LABATE, John: Judge accepts guilty plea from Sotheby's, in: The Financial Times vom 03./04.03.2001.
- LABUSCH, Eugen: Passion (Interview mit Hartwig Piepenbrock), in: Weltkunst Moderne 2000-1.
- LABUSCH, Eugen: Schrittweise nach New York, in: Weltkunst Moderne 2000-2.
- LABUSCH, Eugen: Galeriearbeit ist eine grandiose Selbstaussbeutung (Interview mit Waltraut und Mario Mauroner), in: Weltkunst Moderne 2001.
- LABUSCH, Eugen: Das richtige Objekt zum richtigen Preis (Interview mit Achim Moeller), in: Weltkunst Moderne 2002.
- LACEY, Robert: Don't bid against DD, in: The Times vom 24.02.2000.
- LAMBERDIERE, Astrid: Eigenständigkeit ist dahin, in: Stuttgarter Nachrichten vom 11.03.2000.
- LAMBERDIERE, Astrid: Kampf an allen Fronten, in: Stuttgarter Nachrichten vom 10.06.2000.
- LAMBERDIERE, Astrid: Der Wert wird auf ewig festgelegt, in: Stuttgarter Nachrichten vom 29.12.2001.
- LANDESMANN, Peter: Only fakes tell this sort of truth, in: The Sunday Telegraph vom 25.03.2001.
- LANGER, Bettina: Bund bittet Ebay zur Kasse, in: Stuttgarter Zeitung vom 06.06.2003.
- LEHN, Birgitta von: Endloser Kunstkrimi, in: Handelsblatt vom 04./05.08.2000.
- LEHNART, Ilona: Attakenreiter, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 24.03.2000.
- LEISTEN, Georg: Unbekümmerter Blick in alle Winkel der wirklichen Welt, in: Stuttgarter Zeitung vom 01.03.2004.
- LEISTEN, Georg: Kunst gehört ins Museum, in: Stuttgarter Zeitung vom 19.03.2004.

- LENGEFELD, Cecilia: Versteigerungen als Vergnügen für jedermann, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.03.1999.
- LEWIS, William: Sotheby's plunges on fears of anti-trust inquiry, in: The Financial Times vom 01.02.2000.
- LEWIS, William; CHAFFIN, Joshua: Chiefs quit Sotheby's in wake of furore, in: The Financial Times vom 22.02.2000.
- LEYEN, Katharina von der: Keine leichte Kost, in: Welt am Sonntag vom 29.09.2001.
- LICHFIELD, John: The Outsider, in: The Independent vom 01.03.2000.
- LICHTENBERG, Paul: Zwei Könige und ein Prinz, in: Weltkunst Nr. 04/2000.
- LINDEN, Frank; WILHELM, Winfried: Die Daimler-Krise, in: Manager Magazin Nr. 09/1993.
- LINDEN, Frank; WILHELM, Winfried: Das Daimler-Dossier, in: Manager Magazin Nr. 08/1995.
- LINTON, Leyla: British auction houses threatened by European Union 'tax' on sales of art, in: The Independent vom 04.07.2001.
- LIPPMAN, Thomas: A Breakthrough on Returning Nazi-Looted Art, in: International Herald Tribune vom 05.12.1998.
- LISTER, David: Auction chiefs 'were at heart of scheme to fix prices', in: The Times vom 08.04.2000.
- LÖHR, Dieter: Kulturgutschutz auf nationaler, internationaler und europäischer Ebene, in: Weltkunst Nr. 14/2003.
- LOVENBERG, Felicitas von: Bleibt London eine Insel?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.02.1999.
- LOVENBERG, Felicitas von: Das Netz hat keine Schwellen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.03.1999.
- LOVENBERG, Felicitas von: Entspannt, englisch, exzentrisch, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.06.1999.
- LOVENBERG, Felicitas von: Dem Goût Rothschild verfallen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.07.1999.
- LOVENBERG, Felicitas von: Voreiliger Rückzug?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 14.08.1999.
- LOVENBERG, Felicitas von: Köder im Netz, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.01.2000.
- LOVENBERG, Felicitas von: Sotheby's im Netz, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.02.2000.
- LOVENBERG, Felicitas von: Schlechte Zeiten, gute Zeiten, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.03.2000-1.
- LOVENBERG, Felicitas von: Arm in Arm mit der Moderne, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.03.2000-2.
- LOVENBERG, Felicitas von: So aber auch nicht, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 25.03.2000.
- LOVENBERG, Felicitas von: England bleibt England, wie es kauft und haust, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.07.2000.

- LOVENBERG, Felicitas von: Die Kuh ist vom Eis, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 16.09.2000.
- LOVENBERG, Felicitas von: Marktvernunft düpiert Schätzung, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 21.10.2000.
- LOVENBERG, Felicitas von: Einer blockt immer, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 09.12.2000.
- LOVENBERG, Felicitas von: Starker Auftritt: Rückblick auf den deutschen Kunstmarkt 2000, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 23.12.2000.
- LOVENBERG, Felicitas von: Im Laufstall, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.01.2001.
- LOVENBERG, Felicitas von: Verschwörung, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 05.05.2001.
- LOVENBERG, Felicitas von: Kommentar, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.11.2001.
- LOWES, Will; Mc CANLESS, Christel: A Scramble for Forbes Fabergés?, in: The Wall Street Journal vom 16./17./18.01.2004.
- LUDORFF, Rainer: Konservative Wachstumsbranche, in: Der Rotarier Nr. 09/1997.
- LÜTZOW, Gunnar: Wie find ich das?, in: Die Zeit vom 05.08.1999.
- LYNN, Matthew: Auctioneers: Going, going, gone, in: The Sunday Business vom 07.05.2000.
- MAAK, Niklas: Der Pate des Pop, in: Süddeutsche Zeitung vom 24.08.1999.
- MAAK, Niklas: Die Spur, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.05.2003.
- MAAK, Niklas: Abschied von der Weltmacht, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 15.06.2003.
- MAAK, Niklas: Farbfilm im Pinsel, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 29.02.2004
- MACGILLIVRAY, Donald: Where can you buy a Renoir for 500 Pounds?, in: The Sunday Times vom 06.12.1998.
- MACINTOSH, Jeane: New kid on the auction block is making big „impressions“, in: The New York Post vom 05.11.2000.
- MACK, Gerhard: Galeristen haben Mühe, die Nachfrage zu befriedigen, in: ART Nr. 08/1999.
- MACK, Gerhard: Kunsthandel und Auktion als doppelte Marktstrategie, in: ART Nr. 02/2001.
- MACK, Gerhard: „Insel der Glückseligen“, in: ART Nr. 08/2002.
- MACK, Gerhard: Gedächtnis der Bilder, in: ART Nr. 02/2004.
- MACKAY, Angela: Eastern art-buyers rush to market, in: Sunday Business vom 02.05.1999.
- MADDOCKS, Fiona: A new Sensation?, in: The Evening Standard vom 27.03.2003.

- MALLALIEU, Huon: New York is where the art is, in: The Financial Times vom 14./15.10.2000.
- MALLALIEU, Huon: Only the Best will do, in: Masterpiece Nr. 03/2001.
- MANGELKRAMER, Blandina: Gratwanderung, in: Handelsblatt vom 28./29.09.2001.
- MANN, Josy: Spezialwissen muß man schon mitbringen, in: Stuttgarter Zeitung vom 04.05.2002.
- MANNES, Peter: Zu den Entwicklungen im Steuerrecht, in: Weltkunst Nr. 01/2003.
- MANNES, Peter: Die Wertzuwachssteuer im Kreuzfeuer, in: Weltkunst Nr. 03/2003.
- MARTENS, Heiko: Wirtschaftskriminalität - Angriff aus dem All, in: Spiegel Nr. 13/1999.
- MARTINSON, Jane: Donna Karan finally falls for LVMH, in: The Guardian vom 03.04.2001.
- MASON, Brooke: Mayfair in Manhattan, in: New York Times vom 14./15.06.2003.
- MASON, Christopher: Natty New Image for the „Other“ Auction House, in: New York Times vom 11.05.2000.
- MATHIASON, Nick: Auction houses face EU fix probe, in: The Financial Mail on Sunday vom 06.02.2000.
- MATHIASON, Nick: Now Sotheby's isn't going, going, in: The Financial Mail on Sunday vom 05.03.2000.
- MATHIASON, Nick: Plague on both their houses, in: The Observer vom 06.05.2001.
- MATLACK, Carol: The Louis Vuitton money machine, in: The Independent on Sunday vom 14.03.2004.
- MATT, Jean Remy von: Wie man E-Brands nicht führt, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27.06.2000.
- MATTHEW, Christopher: That's your lot for £54m, in: The Daily Mail vom 25.07.2003.
- MATTHIES, Peter: Produkte im Netz meistbietend versteigert, in: Handelsblatt vom 29.12.1998.
- MAXWELL, Kenneth: Shareholders Question LVMH's Arnault at Meeting, in: The Wall Street Journal Europe vom 15.05.2001.
- MAYERLE, Astrid: Gekonnt investiert, in: Stuttgarter Nachrichten vom 03.11.2001.
- MAYERLE, Astrid: Messe wird verschoben (Interview mit Konrad O. Bernheimer), in: Stuttgarter Nachrichten vom 02.11.2002.
- MCDOWELL, Edwin: Phillip's Move to Midtown Is Not Just About Space, in: The New York Times vom 06.06.2001.
- MCGLYNN, Mary: Scandinavian Art Takes Center Stage at Sales, in: The Wall Street Journal vom 31.03./01.04.2000.
- MCGREGOR, Richard: The long march home, in: The Financial Times Magazine vom 28.02.2004.

McVEIGH, Karen: £8m Michelangelo is a ,must-have buy‘, in: Scotland on Sunday vom 23.07.2001.

MEDITZ, Eva: Das Internet als Land der Hämmer, in: Der Standard vom 17.05.1999.

MELIKIAN, Souren: London Strikes Back: An Irresistible Force?, in: International Herald Tribune vom 14./15.11.1998.

MELIKIAN, Souren: Too Late for Beginners in a Shrinking Field, in: International Herald Tribune vom 12./13.12.1998.

MELIKIAN, Souren: New Heights for Old Masters, in: International Herald Tribune vom 30./31.01.1999.

MELIKIAN, Souren: Auctions in France: End of an Era, in: International Herald Tribune vom 13./14. 02.1999.

MELIKIAN, Souren: Who Owns World Culture?, in: International Herald Tribune vom 24./25.04.1999.

MELIKIAN, Souren: A New Dynasty Buys Into Chinese Art, in: International Herald Tribune vom 19./20.06.1999.

MELIKIAN, Souren: Monaco Sales Show Up French Dilemma, in: International Herald Tribune vom 19./20.06.1999-2.

MELIKIAN, Souren: When Myths Trump Reality, in: International Herald Tribune vom 23./24.10.1999.

MELIKIAN, Souren: Unwearable, for Art’s Sake, in: International Herald Tribune vom 01.02.2000.

MELIKIAN, Souren: Auctions and the Fine Art of Illusion, in: International Herald Tribune vom 25./26.02.2000.

MELIKIAN, Souren: Historical Inflation, in: Art & Auction Nr. 02/2000.

MELIKIAN, Souren: The Art Market Is Pricing Itself Out, in: International Herald Tribune vom 04./05.03.2000.

MELIKIAN, Souren: Old Masters Move Over for the Modern, in: International Herald Tribune vom 20./21.05.2000.

MELIKIAN, Souren: Contemporary Art That Sells Itself, in: International Herald Tribune vom 27./28.05.2000.

MELIKIAN, Souren: Earthquakes in the Auction World, in: International Herald Tribune vom 28./29.10.2000.

MELIKIAN, Souren: A Picasso Record, in: International Herald Tribune vom 10.11.2000.

MELIKIAN, Souren: Prosperity and Penury: Market Tremors, in: International Herald Tribune vom 11./12.11.2000.

MELIKIAN, Souren: When Buyers Overlook Beauty, in: International Herald Tribune vom 21./22.11.2000.

MELIKIAN, Souren: France’s Untold Treasures, in: International Herald Tribune vom 06./07.01.2001.

MELIKIAN, Souren: Which Came First? Taste or the Market?, in: International Herald Tribune vom 12.01.2001.

MELIKIAN, Souren: Temperature Rising in Old Master Drawings, in: International Herald Tribune vom 27./28.01.2001.

- MELIKIAN, Souren: In the Auction Race, Little-Noticed Gems, in: International Herald Tribune vom 03./04.02.2001.
- MELIKIAN, Souren: The Undefinable in Search of the Inflatable, in: International Herald Tribune vom 24./25.02.2001.
- MELIKIAN, Souren: Maastricht Art Fair Casts Its Magic Spell, in: International Herald Tribune vom 10./11.03.2001.
- MELIKIAN, Souren: The New Art Game: No Rules, in: Art & Auction Nr. 03/2001.
- MELIKIAN, Souren: Stars Come Out of the East, in: International Herald Tribune vom 24./25.03.2001.
- MELIKIAN, Souren: Market Goes Its Own Way With Record Pictures, in: International Herald Tribune vom 12./13.05.2001.
- MELIKIAN, Souren: Tide Turns to the Modern at New York Fair, in: International Herald Tribune vom 19./20.05.2001.
- MELIKIAN, Souren: Going to Extremes: A Tale of 2 Auctions, in: International Herald Tribune vom 30.05./01.06.2001.
- MELIKIAN, Souren: The Mists That Hover Over Indian Cultures, in: International Herald Tribune vom 03.06.2001.
- MELIKIAN, Souren: China's Yearning for the Emperor's Wares, in: International Herald Tribune vom 23./24.06.2001.
- MELIKIAN, Souren: A New Law in France, in: International Herald Tribune vom 04./05.08.2001.
- MELIKIAN, Souren: Paris as Auction City: Will a Star Be Reborn?, in: International Herald Tribune vom 11./12.08.2001.
- MELIKIAN, Souren: The Transfiguration of the Auction House, in: International Herald Tribune vom 12./13.01.2002.
- MELIKIAN, Souren: From Auction Houses, a Bid for Survival, in: International Herald Tribune vom 19./20.01.2002.
- MELIKIAN, Souren: Risk and profit: In the eye of the investor, in: International Herald Tribune vom 28./29.06.2003.
- MELIKIAN, Souren: The battle of Paris: Christie's rising, in: International Herald Tribune vom 17./18.01.2004.
- MELIKIAN, Souren: 'Guarantees' endanger art's house of cards, in: International Herald Tribune vom 17./18.01.2004-2.
- MELIKIAN, Souren: Flow of great works thins to a trickle, in: International Herald Tribune vom 06./07.03.2004.
- MELIKIAN, Souren: The scent of change from the Maastricht fair, in: International Herald Tribune vom 13./14.03.2004.
- MENASSE, Eva: Alles Elton John, oder was?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 02.06.2001.
- MENDIK, Robert: Tell-tale sign that £40m Rubens could be a copy, in: The Independent vom 21.05.2000.
- MENKES, Suzy; FRIEDMAN, Alan: Gucci buys House of YSL for \$1 Billion, in: International Herald Tribune vom 16.11.1999.

- MENKES, Suzy: Kisses as LVMH and Prada sign, in: International Herald Tribune vom 24.11.1999.
- MENKES, Suzy: Paris Store Takeover Widens LVMH's Reach, in: International Herald Tribune vom 22.11.2000.
- MENKES, Suzy: A Move to Gucci For McCartney, in: International Herald Tribune vom 10.04.2001.
- MENKES, Suzy: PPR profit falls 7.7%, in: International Herald Tribune vom 06.03.2003.
- MENKES, Suzy: A Hungarian artist's brush with grandeur, in: The International Herald Tribune vom 09.01.2004.
- MENON, Jon: Auctioneers bid for more sales online, in: The Sunday Business vom 21.11.1999.
- MERCKER, Florian, MUES, Gabor: Jede Menge Haftung, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 23.03.2002.
- MERCKER, Florian, MUES, Gabor: Kartellrecht zum zweiten, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.05.2002.
- MERCKER, Florian, MUES, Gabor: Unverwechselbar, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.06.2002.
- MERCKER, Florian, MUES, Gabor: Der Kunstberater, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 21.09.2002.
- MERCKER, Florian, MUES, Gabor: Ist zweierlei Maß denn gerecht?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 28.12.2002.
- MERCKER, Florian: Königin von Saba, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 19.07.2003.
- MERCKER, Florian, MUES, Gabor: Lieber Verträge als Verwerfungen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.08.2003.
- MERCKER, Florian, MUES, Gabor: Von Haftung und anderen Feinheiten, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.09.2003.
- MESURE, Susie: LVMH's luxury defies the downturn, in: The Independent vom 23.01.2004.
- METZGER, Oskar: Schwarzgeld, in: Stuttgarter Nachrichten vom 09.12.2000.
- MEYLAN, Vincent: Karl Lagerfeld vend ses collections, in: Point de Vue vom 26.01./01.02.2000.
- MEYSELS, Lucian: Rothschild heirs to get back art, in: Jewish Chronicle vom 19.02.1999.
- MICHALOS, Christina: Artist's gain but markets loose, in: The Times vom 17.07.2001.
- MICHEL, Karl Markus: Einführung in ein Ärgernis, in: Kursbuch 99, Thema "Kunst-Betrieb", 4/1990.
- MICHLER, Inga: Zuschlag per Mausklick, in: Die Welt vom 06.01.2001.
- MIDDELTON, Christopher; TIRBUTT, Edmund: What's new? It's an appetite for modern classics, in: The Independent vom 28.02.2004.
- MIDDENDORF, Ulrike: Die Nähe der großen Meister, in: Weltkunst Nr. 13/2001.

- MILDENBERGER, Herrmann: Zuhause im „Neuen Athen“, in: Weltkunst Nr. 08/2002.
- MILLAR, Stuart: Court deals blow to trade in looted art, in: The Guardian vom 15.05.1999.
- MILNE, Richard: Gucci will not find new Tom Ford, in: The Financial Times vom 05.03.2004.
- MILNER, Catherine: Sotheby's to cut jobs as loss mount, in: The Daily Telegraph vom 19.11.2000.
- MILNER, Catherine: Police inquiry into Christie's „porn“ sale, in: The Daily Telegraph vom 21.01.2001.
- MILNER, Mark; MARTINSON, Jane: Sotheby's wired up for net profit, in: The Guardian vom 17.06.1999.
- MILNER, Mark: Artprice makes bourse debut, in: The Guardian vom 21.01.2000.
- MILNER, Mark: Arnault's GBP 736m bonanza begins, in: The Guardian vom 17.05.2000.
- MILNER, Mark; TEATHER, David: Morgan Stanley fined over LVMH slur, in: The Guardian vom 13.01.2004.
- MOLDOVANU, Benny: Für ein Plätzchen am Himmel der Funker, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.07.2000.
- MONCRIEFF, Elspeth: Salerooms change tatics, in: Masterpiece Nr. 02/2000.
- MONCRIEFF, Elspeth: „With contemporary art you know there will be another work around the corner“, in: The Art Newspaper Nr. 04/2000.
- MOORE, Susan: One-stop shopping, in: The Spectator vom 01.05.1999.
- MOORE, Susan: Top-dealers reveal a winning hand, in: The Evening Standard vom 26.06.2000.
- MOORE, Susan: Making the most of a masterpiece, in: The Evening Standard vom 03.07.2000.
- MOORE, Susan: In a land of plenty, in: The Evening Standard vom 19.03.2001.
- MOORE, Susan: Going, going, gone to Somerset House, in: The Evening Standard vom 28.03.2001.
- MOORE, Susan: Dramatic upheaval, in: The Spectator vom 26.05.2001.
- MOORE, Susan: Under the hammer, in: The Evening Standard vom 30.07.2001.
- MOORE, Susan: Sotheby's new home, in: The Evening Standard vom 31.08.2001.
- MOORE, Susan: A burst of auction fever and the dealer left with a 10m Reynolds to sell, in: The Evening Standard vom 04.01.2002.
- MOORE, Susan: The Art of Selling, 200 years on, in: The Financial Times vom 31.10.2003.
- MORETON, Cole: One woman's quest for looted art, in: The Independent on Sunday vom 20.02.2000.

- MORRISON, James: UK buyers make major splash in list of the world's 200 collectors, in: The Independent vom 13.07.2003.
- MORTISHED, Carl; ASHWORTH, Jon: Gavel comes down on the auctioneers, in: The Times vom 24.04.2000.
- MOSTBACHER-DIX, Petra: Diebe interessieren sich nicht für moderne Gemälde, in: Stuttgarter Zeitung vom 13.05.2000.
- MOSTBACHER-DIX, Petra: „Reine Geldvernichtungsmaschinen“, in: Stuttgarter Zeitung vom 28.04.2001.
- MOSTBACHER-DIX, Petra: Kunstleasing mit Steuervorteil, in: Stuttgarter Zeitung vom 23.06.2001.
- MOSTBACHER-DIX, Petra: Die Kunst, Kunst zu verkaufen, in: Stuttgarter Zeitung vom 09.03.2002.
- MOSER, Heidi: Extravagantes Schaulaufen, in: Münchner Merkur vom 05.11.1999.
- MORCHE, Pascal: Konsumrausch und Askese, in: Art Investor Nr. 03/2001.
- MOSS, Stephen: What's wrong with this picture?, in: The Guardian vom 20.02.1999.
- MÜHLEIS, Volkmar: Auf der sicheren Bank, in: Süddeutsche Zeitung vom 23.11.2001.
- MÜLLER, Michael: Fotos teurer als Gemälde?, in: Welt am Sonntag vom 02.04.2000.
- MÜLLER, Franziska: Steinharter Keks, in: Die Weltwoche Nr. 50/2003.
- MÜLLER, Thomas: Umworbene Kunst, in: FACTS vom 12.02.2004.
- MÜLLER-GAERTNER, Elisabeth: Erote mit buntem Früchtekorb, in: Welt am Sonntag vom 16.05.1999.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Preiskarrieren der Romantiker, in: Handelsblatt vom 02.03.1999.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Privatbieter waren aktiv, in: Handelsblatt vom 12./13.11.1999.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Hohe Gebote für Stücke aus Adelsbesitz, in: Handelsblatt vom 14.12.1999.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Abspaltung als Allheilmittel?, in: Handelsblatt vom 01./02.09.2000.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Strukturen im Wandel, in: Handelsblatt vom 08./09.09.2000.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Die Ehre eines geschmähten Jahrhunderts wiederhergestellt in: Handelsblatt vom 26.09.2000.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Christie hat den Ostmarkt im Visier, in: Handelsblatt vom 06./07.10.2000.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Konkurrenz der Verbände, in: Handelsblatt vom 17.10.2000.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Ein dickes Polster von Rückstellungen, in: Handelsblatt vom 06./07.11.2000.

- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Die Frage nach der Provenienz, in: Handelsblatt vom 15./16.12.2000.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Umstrukturierung bei Ketterer, in: Handelsblatt vom 08.05.2001.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Willkommene Belebung der Kunstprovinz, in: Handelsblatt vom 27./28.07.2001.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Zum Tode von Roman Norbert Ketterer, in: Handelsblatt vom 21./22.06.2002.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Offen für Verhandlungen, in: Handelsblatt vom 04./05.04.2003.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Vielfalt der Kunst vor historischer Kulisse, in: Handelsblatt vom 25./26.07.2003.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Messe mit breitem Spektrum, in: Handelsblatt vom 10./11.10.2003.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Preziosenschau der Superlative in der Hypo-Kunsthalle, in: Handelsblatt vom 06./07.02.2004.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Wilde Jagd auf Tscherkessen-Reiter, in: Handelsblatt vom 26./27.03.2004.
- MÜLLER-MEHLIS, Reinhard: Kunden wollen sich schön einrichten, in: Handelsblatt vom 02./03./04.04.2004.
- MÜLLER-ULLRICH, Burkhard: Bilder im Sumpf, in: Süddeutsche Zeitung vom 25.02.2000.
- MÜLLER-KATZENBURG, Astrid: Auswirkungen der Neuregelung des Verjährungsrechts für NS-verfolgungsbedingt und kriegsbedingt entzogenes Kulturgut, in: KUR 06/2001.
- MÜLLER-KATZENBURG, Astrid: Verjährt?!, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 20.10.2001.
- MÜLLER-KATZENBURG, Astrid: Das neue Schuldrecht und der Kunsthandel, in: Weltkunst Nr. 01/02/2004.
- MÜLLER VON BLUMENCRON, Mathias: Märchen der Generation X, in: Der Spiegel Nr. 13/1999.
- MÜLLERSCHÖN, Bernd; MAIER, Thomas: Ein „Mekka“ der Künste, in: Weltkunst Nr. 04/2004.
- NAHUM, Peter: Update: Netscape..., in: Art & Auction vom 01.03.1999.
- NEBELUNG, Sigrid: Kronleuchter aus Plastiktüten, in: Handelsblatt vom 03./04.11.2000.
- NEBELUNG, Sigrid: Mit dem Auge kaufen, in: Handelsblatt vom 01.12.2000.
- NEBELUNG, Sigrid: Wenn das Kunstwerk zur Ware wird, in: Handelsblatt vom 29./30.05.2001.
- NEBELUNG, Sigrid: Der Markt braucht neue Malerei, in: Handelsblatt vom 04.10.2002.
- NEFF, Michael: Küsschen rechts, Küsschen links, in: KulturSPIEGEL Nr. 11/2002.

- NELSON, Fraser: Arnault adds Pucci to collection, in: The Times vom 21.02.2000.
- NEMECZEK, Alfred: Ehrbare Fälscher, in: ART Nr. 07/2001.
- NEMECZEK, Alfred: Was bleibt, ist die Kuschel-Moderne, in: ART Nr. 08/2001.
- NEMECZEK, Alfred: Eine Schau, die morgens kommt und abends geht, in: ART Nr. 07/2003.
- NEMECZEK, Alfred: Pablo Picasso vermisste das Drama, in: ART Nr. 03/2004
- NEUMEISTER, Erdmann: Genf, silberlos, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.03.1999.
- NEUMEISTER, Erdmann: Inspiriert von Maastricht, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.04.2000.
- NEUMEISTER, Erdmann: Liebermann, gefragter denn je, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.06.2000.
- NEUMEISTER, Erdmann: Start mit Newton, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 23.06.2001.
- NEUMEISTER, Erdmann: Aus dem Fries des Lebens: Edvard Munch bei de Pury & Luxembourg, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.10.2001.
- NEUMEISTER, Erdmann: So schön wie Aphrodite, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.10.2001.
- NEUMEISTER, Erdmann: Rückzug in Raten, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.12.2001.
- NEUMEISTER, Erdmann: Der Doyen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.06.2002.
- NEUMEISTER, Erdmann: Kunst und Handel, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 07.06.2003.
- NEUMEISTER, Erdmann: Transfer von Kunst, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 21.06.2003.
- NEUMEISTER, Erdmann: Phänomenal dezentral, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.10.2003.
- NEUMEISTER, Erdmann: Kein Geld, keine Messe, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27.03.2004.
- NEUMÜLLER, Moritz: Die Kunst ist ins Netz gegangen, in: Der Standard vom 15.01.2000.
- NISSE, Jason: Sotheby's Nets Art Dealers, in: The Times vom 17.02.1999.
- NISSE, Jason: eBay Sotheby's, in: The Independent on Sunday vom 27.02.2000.
- NOCE, Vincent: Coup de maillet sur Christie's et Sotheby's, in: Economie vom 24.02.2000.
- NOEVER, Peter: Bewahren oder verkaufen?, in: Weltkunst Nr. 03/2004.
- NÜBEL, Rainer: Deyhles Gemälde unterm Hammer, in: Stuttgarter Nachrichten vom 23.04.1999.

- O'BRIEN, Timothy: Sotheby's off auction block, in: The New York Times vom 22./23.03.2003.
- O'CONNELL, Vanessa; BENSINGER, Ken: Sotheby's to Examine Taubman's Role in Bid, in: The Wall Street Journal vom 07.08.2000.
- O'CONNOR, Brian: Now auctions are set to steam ahead on Internet, in: Daily Mail vom 29.10.1998.
- O'DONNELL, John: Phillips doyenne turns back on big-ticket art, in: The Times vom 22.06.2003.
- OEHLER, Elisabeth: Am Ende doch lukrativer als andere Branchen?, in: Handelsblatt vom 09.03.1999.
- OELWEIN, Cornelia: Ländliches Konzert, in: Antiquitäten Zeitung vom 24.03.2000.
- OSTWALD, Gisela: Das Stück heißt Vertrauen schaffen, in: Stuttgarter Zeitung vom 27.09.2000.
- OTTO, Rudolf: Die EU und das Folgerecht, in: Weltkunst Nr. 10/1999.
- OTTO, Rudolf: CINOA, in: Weltkunst Nr. 10/2000.
- ORR, David: 'Antiquus Roadshow' helps Kabul buy back its heritage, in: The Sunday Telegraph vom 01.06.2003.
- OWEN, David; SIMONIAN, Haig: Groupe Arnault lifts Bouygues stake over 10%, in: The Financial Times vom 23.12.1999.
- OWEN, Richard: Police protest delays sale of Italian royal antiques, in: The Times vom 11.03.1999.
- OWEN, Richard: Art of the deal maker, in: The Financial Times vom 11.09.2000.
- PACHER-THEINBURG, Regina: Tendenzen am Kunstmarkt, in: Parnass Nr. 3/1999.
- PAGE, Jeremy: Return of Fabergé eggs is price for cracking on with Moscow magazine, in: The Times vom 15.01.2004.
- PASTRE, Elke: Streifzug durch den Kunsthandel von Paris, in: Weltkunst Nr. 05/2000-1.
- PASTRE, Elke: Der Markt ist im Wandel, in: Weltkunst Nr. 05/2000-2.
- PASTRE, Elke: Herbstgeschehen in Paris, in: Weltkunst Nr. 10/2001.
- PASTRE, Elke: Bernard Blondel, in: Weltkunst Nr. 07/2002.
- PATTEN, Sally: LVMH „to partner De Beers“, in: The Times vom 29.12.2000.
- PAULY, Christoph: Der ultimative Luxus, in: Der Spiegel Nr. 44/2003.
- PECHER, Wolf: Hocker oder Kunstwerk?, in: Weltkunst Nr. 06/2002.
- PETSCH, Barbara: Kunstrestitutionen der Stadt Wien: 600 bis 700 zweifelhafte Objekte, in: Die Presse vom 15.04.1999.
- PEERS, Alexandra; BENSINGER, Ken: Au revoir, Paris, in: The Wall Street Journal vom 08.01.1999.
- PEERS, Alexandra: Sotheby's Faces Turmoil Just Ahead Of Critical Spring Art Sales Season, in: The Wall Street Journal vom 24.02.2000.

- PEERS, Alexandra; COHEN, Laurie: Christie's Received Subpoenas in '99, in: The Wall Street Journal vom 28.02.2000.
- PEERS, Alexandra: Auction Houses Face Art Shortage Before Spring Sales, in: The Wall Street Journal Europe vom 17.03.2000.
- PEERS, Alexandra: Sun Brightens at Sotheby's, in: The Wall Street Journal vom 17.05.2000.
- PEERS, Alexandra; SCHMITT, Richard: Hot Auction Tip: Don't Try to Buy The Company, in: The Wall Street Journal vom 17.05.2000.
- PEERS, Alexandra: Secrets Cloud Art Market, in: The Wall Street Journal vom 04.07.2000.
- PEERS, Alexandra: More to Selling Than the Gavel, in: The Wall Street Journal vom 17.07.2000.
- PEERS, Alexandra; Court Widens Suit By Art Collector Against Sotheby's in: The Wall Street Journal vom 11.08.2000.
- PEERS Alexandra: In Selling Art, Quality May Count – But so Does Truffle Risotto, in: The Wall Street Journal Europe vom 05./06.01.2001.
- PEERS, Alexandra: LVMH Makes Its Auction Bid, in: The Wall Street Journal Europe vom 11./12.05.2001.
- PEERS, Alexandra: Phillips to postpone big spring sale: The Wall Street Journal Europe vom 11./04.04.2002.
- PEERS, Alexandra: Auctioneer Phillips cuts links to parent LVMH, in: The Wall Street Journal Europe vom 11./28.01.2003.
- PFANNMÜLLER, Matthias: Mit Paddle, Lot und ohne Limit zum Traumwagen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.10.1999.
- PFENNIG, Gerhard: Folgen des Folgerechts, in: Kunstforum Nr. 145/1999.
- PFENNIG, Gerhard: Folgerecht-Gutachten für die VG Bild-Kunst, veröffentlicht auf www.bildkunst.de/rechte/folgerecht; Ausdruck vom 23.06.1999.
- PHILLIPS, Ian: Salon Privé, in: Architectural Digest Nr. 09/2003.
- PICHLER, Rufus: Kreditkartenzahlung im Internet, in: Neue Juristische Wochenschrift Nr. 02/1998.
- PIETSCH, Hans: Szenekunst im Traditionshaus, in: ART Nr. 10/2002.
- PIETSCH, Hans: Die Falle des falschen Mäzens, in: ART Nr. 01/2003.
- PIETSCH, Hans: Saatchi gegen die Tate Modern, in: ART Nr. 04/2003.
- PIETSCH, Hans: Matisse in Zeitlupe, in: ART Nr. 07/2003.
- PILLER, Tobias: Gucci kauft Yves Saint Laurent, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 16.11.1999.
- PIEPER, Dietmar: Was ist Kunst?, in: Der Spiegel Special Nr. 12/1998, Thema "Ware Kunst".
- PLANTA, Regina von: Auktionsfieber im Wohnzimmer, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 05.06.1999.
- PLANTA, Regina von: Der Büffel ist der große Feind seines Jägers, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.06.1999.

- PLANTA, Regina von: Schmetterlinge im Höhenrausch, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.11.1999.
- PLANTA, Regina von: Das Unrecht wiedergutmachen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.12.1999.
- PLANTA, Regina von: Der Fluch der gleichen Gebühren, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.02.2000.
- PLANTA, Regina von: Streit um das Erbe Francis Bacons, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 25.03.2000.
- PLANTA, Regina von: Der Schatz, der aus dem Dunkeln des Imperium Romanum kommt, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.04.2000.
- PLANTA, Regina von: Ohne Titel, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.04.2000-2.
- PLANTA, Regina von: Nicht nur Michelangelo ist ein Alter Meister, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.07.2000.
- PLANTA, Regina von: Auch Tauben bringen Mäuse, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.07.2000.
- PLANTA, Regina von: Abnutzung durch heilige Hände, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.11.2000.
- PLANTA, Regina von: Sitzbesessen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.11.2000-2.
- PLANTA, Regina von: Wieder Polke, Richter, Kiefer, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.02.2001.
- PLANTA, Regina von: Saubere Wäsche, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.05.2001.
- PLEHWE, Thomas von: Verjährung des dinglichen Herausgabeanspruchs und Ersitzung in Fällen abhanden gekommener Kulturgüter, in: KUR Nr. 03/2001.
- PODOLSAK, Marlena: Der Kunstmarkt zwischen Hoffen und Bangen, in: Stuttgarter Nachrichten vom 28.09.2002.
- POELCHAU, Warner: Der Rächer der Enterbten, in: Die Woche vom 22.09.2000.
- POELCHAU, Warner: Der 50-Prozent-Mann, in: Financial Times Deutschland vom 13.07.2001.
- POHL, Manfred: Zukunftsorientierte Avantgarde gesucht, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.11.2002.
- POLLMEIER, Klaus: Fotografie: Kunst für eine kurze Ewigkeit, in: ART Nr. 03/2004.
- POWELL, Nicholas: The New Neo Thing, in: Art & Auction vom 09/2000.
- PRADA, Paulo: Splitting Heirs: Antiques Divide Some Families, in: The Wall Street Journal vom 24.03.1999.
- PRAT, Véronique: „Je vends tout!“, in: Le Figaro Magazine vom 05.02.2000.
- PRESLER, Gerd: Ein genialer Verführer, in: ART Nr. 01/2003.
- PRESLER, Gerd: Ein Mann sät Sturm, in: ART Nr. 02/2003.

XCIII

- PRESTON, Holly: Auto Parts to Jewellery: Online Auction Fever Goes Global, in: International Herald Tribune vom 15./16.07.2000.
- PRETZLIK, Charles: LVMH snaps up Phillips to enter auction business, in: Financial Times vom 16.11.1999.
- PRIESE, Hans Joachim: Dauerthema Beutekunst - Die Probleme sind juristisch nicht zu lösen, in: Handelsblatt vom 23./24.07.1999.
- PRINZ, Oskar: Lifestyle statt Kunstgeschichte, in: KULTUR Nr. 05/2001.
- PRIOR, Ingeborg: Ein Sherlock Holmes auf den Spuren der Beutekunst, in: Welt am Sonntag vom 08.05.2000.
- PRISTIN, Terry: Virtual Sky's the Limit for On-Line Auctions at Sotheby's Web Site, in: The New York Times vom 20.01.1999.
- PRYNN, Jonathan: Sotheby's bonanza for top brass upsets staff, in: The Evening Standard vom 18.03.2003.
- PÜTZ, Uwe: „Wir sind ein Massenphänomen geworden“, in: mobil Nr. 01/2003.
- QUADT, Edgar: „Kunst kann man nicht pushen“ (Interview mit Simon de Pury), in: Art Investor Nr. 03/2001.
- QUADT, Edgar: Kunst und Qualität, in: Art Investor Nr. 02/2003.
- QUIRING, Manfred: Putins reiche Kinder verlassen das Land, in: Die Welt am Sonntag vom 12.10.2003.
- RAHLENBECK, Eckhard: Im Internet Geld verdienen, in: IHK Magazin Wirtschaft Nr. 4/1999.
- RAMESH, Randeep: Escape of the cybercaesar, in: The Guardian vom 24.04.2001.
- RANKINE, Kate: LVMH gains upper hand in fashion war, in: The Daily Telegraph vom 09.03.2001.
- RAUCH, Alexander: „In Restauro“, in: Weltkunst Nr. 13/2003.
- RAUNER, Max: Die Mathematik des Auktionators, in: Die Zeit vom 27.07.2000.
- REECE, Damian: LVMH court victory fuels concerns over analysts, in: The Independent vom 13.01.2004.
- REES, Jon: On sale - fashion's biggest names, in: Sunday Business vom 12.11.1999.
- REES-MOGG, William: Going, going, goners, in: The Times vom 28.02.2000.
- REININGHAUS, Alexandra: Auf der Suche nach dem „Sensenschmied“, in: ART Nr. 01/2001.
- REININGHAUS, Alexandra: Handbuch des Unrechts, in: ART Nr. 02/2004.
- RENTON, Andrew: Bright lights, big sales, in: The Evening Standard vom 18.02.2003.
- RESTALL, Hugo: The Art of War, in: The Wall Street Journal Europe vom 03.05.2000.

- REYNOLDS, Nigel: Britain takes lead in returning art stolen by the Nazis, in: The Daily Telegraph vom 18.02.2000.
- REYNOLDS, Nigel: British art galleries checked for Nazi loot, in: The Daily Telegraph vom 01.03.2000.
- REYNOLDS, Nigel: Inspired by Art Déco, two classic American models, in: The Daily Telegraph vom 19.03.2003.
- RICHARDSON, Sarah: Getting brighter, in: The Evening Standard vom 16.03.2004.
- RIETVELD, Josef; PACHNER, Jürgen: Schnelles Geld mit alten Meistern, in: Der Kurier vom 21.07.2002.
- RINGSHAW, Grant: Revealed: Memo that led to probe into Sotheby's, in: The Sunday Telegraph vom 27.02.2000.
- RINGSHAW, Grant; MILNER, Catherine; CRAIG, Olga: The chief executive cleared his desk, then passed, in: The Sunday Telegraph vom 27.02.2000.
- RINGSHAW, Grant: Gucci, Gucci, sue!, in: The Sunday Telegraph vom 03.05.2003.
- RISCH-STOLZ, Marianne: Stolztes Jubiläum, in: Weltkunst Nr. 04/2004.
- ROCHE, Marc: Christie's, multinationale de l'art, in: Le Monde vom 03.07.2001.
- ROCHEBOUET, Beatrice de: Le triomphe du XVIIIe, in: Le Figaro vom 17.12.1999.
- ROLOFF, Heiko: Zum ersten, zum zweiten und...klick, in: Die Welt vom 19.06.1999.
- ROSSNER, Nigel: Jewish anger at plan to keep Nazi-looted art, in: The Evening Standard vom 25.02.2000.
- ROSSMANN, Andreas: Markenkunst, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 02.12.2003.
- ROWLEY, David: Sitting on the stock of eBay, in: The Guardian vom 10.08.2000.
- ROZHON, Tracie: LVMH looks to restore luster to Fendi brand, in: The International Herald Tribune vom 22.10.2003.
- RUGE, Elisabeth: Marken agieren selbstständig (Interview mit Bernard Arnault), in: Die Welt vom 18.02.2001.
- RUGE, Elisabeth: Kampf ums Auktionsmonopol, in: Die Welt vom 24.06.2001.
- RUMP, Gerhard: Wenn der Zweifel nagt, ist der Auktionator geplagt, in: Die Welt vom 14.12.1996.
- RUMP, Gerhard: Boomende Börsen lähmen den Kunstmarkt, in: Die Welt vom 09.01.1999.
- RUMP, Gerhard: Kultur zivilisiert die Technik, in: Die Welt vom 17.11.2001.
- RUMP, Gerhard: Kunst kaufen und verkaufen, in: Art Investor Nr. 03/2002.

RUMP, Gerhard: Hollywood in Herrenhausen, in: Die Welt vom 03.05.2003.

RUSHE, Dominic: New York rumbles great art tax scam, in: The Sunday Times vom 09.03.2003.

RUSHTON, Susie: Milan says goodbye to the guiding light of Gucci as Tom Ford unveils final collection, in: The Independent vom 26.02.2004.

RUTSATZ, Erika: Der Staatliche Kunsthandel, in: Sammler Journal Nr. 04/1990.

SABAU, Luminita: New Photography?, in: Art Investor Nr. 03/2003.

SABIN, Stefana: Mörderische Geschäfte in einem speziellen Revier, in: Frankfurter Zeitung vom 17.07.1999.

SACHS, Brita: Mit der Staffelei von Bayern aus die Welt erkunden, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.02.1999.

SACHS, Brita: Aristoketten, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.12.1999.

SACHS, Brita: Winterhilfe für Klonprinzen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.12.1999.

SACHS, Brita: Bedürfnisorientiert, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 20.05.2000.

SACHS, Brita: Rurale Reize ziehen am stärksten, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.09.2000.

SACHS, Brita: Zwielficht in Hessen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.11.2000.

SACHS, Brita: Das Erwachen kam zu spät, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.11.2000.

SACHS, Brita: Aber doch kein bißchen regional, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 25.11.2000.

SACHS, Brita: Wenn der Ludewig – Orden spricht, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.01.2001.

SACHS, Brita: Der Doyen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 03.02.2001.

SACHS, Brita: München kann's nicht lassen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 07.07.2001.

SACHS, Brita: Salzburger Regen bringt den Galerien zur Festspielzeit Segen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.08.2001.

SACHS, Brita: Kooning rettet Gelungenes und Stephan Huber hängt die Dolomiten an die Decke, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.09.2001.

SACHS, Brita: Verlassene Maßkrüge für den Nachtwächter, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.10.2001.

SACHS, Brita: In Salzburg brennt ein Feuer für die Kunst, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.08.2002.

SACHS, Brita: Kunst liegt in der Luft, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.08.2002.

- SACHS, Brita: Falscher Augenblick, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 02.11.2002.
- SACHS, Brita: Messe am Meer, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 07.12.2002.
- SACHS, Brita: Reisen für die Kunst, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 02.03.2003.
- SACHS, Brita: Kunst spendet schönen Schatten, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 16.08.2003.
- SACHS, Brita: Keine Klosterschule, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.09.2003.
- SACHS, Brita: Getreue, Rückkehrer und Neue schaffen Glanz, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.10.2003.
- SACHS, Brita: Das Gebot und sein Gebieter, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27.12.2003.
- SACHS, Brita: Keinesfalls ohne das Krokodil, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 25.01.2004.
- SAGE, Adam: Scion steps up to head French business empire, in: The Times vom 16.05.2003.
- SCHACHTER, Kenny: Las Vegas: Business and Art, in: tema celeste 01-02/2002.
- SCHAERNACK, Christian: Auktionen im Internet - Nicht nur im unteren Marktfeld, in: Handelsblatt vom 12./13.03.1999.
- SCHAERNACK, Christian: eBay erwirbt Butterfield&Butterfield, in: Handelsblatt vom 30.04./01.05.1999.
- SCHAERNACK, Christian: Publikumswirksame Vermarktung im urbanen Raum, in: Handelsblatt vom 06./07.08.1999.
- SCHAERNACK, Christian: Turbulenzen in der Chefetage, in: Handelsblatt vom 25./26.02.2000.
- SCHAERNACK, Christian: Edles Angebot im Zeichen der Verknappung, in: Handelsblatt vom 24./25.03.2000.
- SCHAERNACK, Christian: Austausch von Kundenlisten, in: Handelsblatt vom 24./25.03.2000-2.
- SCHAERNACK, Christian: Der Lockruf der Provenienzen war lauter denn je, in: Handelsblatt vom 20./21.04.2000.
- SCHAERNACK, Christian: Gnadenlose Strafe, in: Handelsblatt vom 26./27.04.2000.
- SCHAERNACK, Christian: Ein Beben, das den Kunstmarkt erschüttert, in: ART Nr. 04/2000.
- SCHAERNACK, Christian: Die Höhenflüge hielten sich in Grenzen, in: Handelsblatt vom 12./13.05.2000.
- SCHAERNACK, Christian: Debüt mit Hindernissen, in: Handelsblatt vom 16.05.2000.
- SCHAERNACK, Christian: Die Skandalkunst von einst zum Marktolymp, in: Handelsblatt vom 19./20.05.2000.

- SCHAERNACK, Christian: Geheime Kundenlisten und konspirative Treffen, in: ART Nr. 05/2000.
- SCHAERNACK, Christian: Augen zwischen Händen, in: Handelsblatt vom 29./30.09.2000.
- SCHAERNACK, Christian: Saftige Rückzahlungen, in: Handelsblatt vom 29./30.09.2000-2.
- SCHAERNACK, Christian: Bußgeld aus dem Privatvermögen, in: Handelsblatt vom 10.10.2000.
- SCHAERNACK, Christian: Eine nationale Angelegenheit, in: Handelsblatt vom 05.12.2000.
- SCHAERNACK, Christian: Taktische Manöver und Umstrukturierungen, in: Handelsblatt vom 19./20.01.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Rette sich, wer kann, in: Handelsblatt vom 23.01.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Hohe Einsätze für hohe Qualität, in: Handelsblatt vom 30.01.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Betrugsskandal in New York, in: Handelsblatt vom 16./17.02.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Arnault ante portas, in: Handelsblatt vom 16./17.02.2001-2.
- SCHAERNACK, Christian: Die Auktionsgiganten zahlen, in: Handelsblatt vom 27.02.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Museumsstücke stützen den Markt, in: Handelsblatt vom 30.04.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Der Seher am Hudson, in: Handelsblatt vom 04./05.05.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Flauer Einstieg in die Impressionistenwoche, in: Handelsblatt vom 09.05.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Die Stimmung war prächtig, in: Handelsblatt vom 10.05.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Verhaltene Resonanz, in: Handelsblatt vom 14.05.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Rekord für Gerhard Richter, in: Handelsblatt vom 17.05.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Intime Protokolle als Beweismaterial, in: Handelsblatt vom 29.05.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Pragmatische Devise, in: Handelsblatt vom 14./15.09.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Die Devise heißt: Es muß weitergehen, in: Handelsblatt vom 21./22.09.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Trübe Aussichten für die Kunstmessen, in: Handelsblatt vom 25.09.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Das große Aufatmen, in: Handelsblatt vom 09./10.11.2001.

XCVIII

- SCHAERNACK, Christian: Verfilmung des Skandals, in: Handelsblatt vom 30.11./01.12.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Sotheby steht zum Verkauf, in: Handelsblatt vom 18.12.2001.
- SCHAERNACK, Christian: Amerikaner zeigen Flagge, in: Handelsblatt vom 10./11.05.2002.
- SCHAERNACK, Christian: Taubman will Sotheby-Anteile verkaufen, in: Handelsblatt vom 07./08.06.2002.
- SCHAERNACK, Christian: Stars and Stripes auf dem Kunstmarkt, in: Handelsblatt vom 02./03.08.2002.
- SCHAERNACK, Christian: Sotheby steigert Einnahmen, in: Handelsblatt vom 09./10.08.2002.
- SCHAERNACK, Christian: Konsum in engeren Preisschranken, in: Handelsblatt vom 08./09.11.2002.
- SCHAERNACK, Christian: Phillips: McBain steigt aus, in: Handelsblatt vom 13./14.12.2002.
- SCHAERNACK, Christian: Sotheby verkauft sein Hauptquartier, in: Handelsblatt vom 20./21.12.2002.
- SCHAERNACK, Christian: Sotheby steigt bei eBay aus, in: Handelsblatt vom 07./08.02.2003.
- SCHAERNACK, Christian: Steuern hinterzogen, in: Handelsblatt vom 28./29.03.2003.
- SCHAERNACK, Christian: Ermutigende Resultate für die großen Namen der Fotokunst, in: Handelsblatt vom 24./25.10.2003.
- SCHAERNACK, Christian: Moderne Kunst als Wirtschaftsfaktor, in: Handelsblatt vom 07./08.11.2003.
- SCHAERNACK, Christian: Asiatische Prunkgewänder betören die Sammler, in: Handelsblatt vom 26./27.03.2004.
- SCHAERNACK, Christian: Teuerster Buddha der Welt bei Sotheby, in: Handelsblatt vom 02./03./04.04.2004.
- SCHICK, Afra: Musée imaginaire, in: Weltkunst Nr. 01/2000.
- SCHIEB, Jörg: Wo wohnt der denn?, in: Handelsblatt vom 06/07.07.2001.
- SCHIEBLER, Ralf: Man kann auch zu viel sehen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.06.2000.
- SCHIPP, Anke: „Sex sells“ wird zum Ladenhüter, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 07.03.2004.
- SCHIPP, Anke: Stardesigner, günstig abzugeben, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 14.03.2004.
- SCHIPPRACK, Annette; WEBER, Manfred: Schönes Schlachtfeld, in: Focus Nr. 18/2000.
- SCHIRRMEISTER, Benno: Das Museum als unmoralische Anstalt, in: die tageszeitung vom 18.02.2003.
- SCHLAMP, Hans-Jürgen: „Reich und sexy“, in: Der Spiegel Nr. 46/2003.
- SCHLOSSER, Eva-Maria: Der Preis der Kunst, in: Stuttgarter Nachrichten vom 06.11.1998.

- SCHLOSSER, Eva-Maria: Das Kavaliersdelikt gilt heute als organisierte Kriminalität, in: Stuttgarter Nachrichten vom 09.12.2000.
- SCHMIDT, Boris: Das Internet überfordert die Händler, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.04.1999.
- SCHMIDT-WERTHERN, Konrad: EU entscheidet über Folgerecht für Kunsthandel, in: Berliner Morgenpost vom 12.02.1999.
- SCHMIDT-WERTHERN, Konrad: "Rädchen, an denen gedreht werden kann"- Verschleppt deutscher Ratsvorsitz in der EU die Verabschiedung des europäischen Folgerechts?, in: Die Welt vom 13.03.1999.
- SCHMIDT-WERTHERN, Konrad: Spannung beim deutschen Kunsthandel - kommt das europäische Folgerecht?, in: Die Welt vom 20.02.1999.
- SCHMITT, Jörg; SCHOLTYS, Frank: Keiner wird gewinnen, in: Manager Magazin Nr. 9/2001.
- SCHMUNDT, Hilmar: Das Kunst-Gen, in: Der Spiegel Nr. 26/2000.
- SCHMUNDT, Hilmar: Wir bauen eine neue Welt, in: Der Spiegel Nr. 01/2003.
- SCHÖLL, Thorsten: Auktionshaus lief mit Tek Sing auf Grund, in: Stuttgarter Nachrichten vom 26.06.2001.
- SCHÖLLER, Ernst: Jawlensky und (k)ein Ende, in: Weltkunst Nr. 15/1999.
- SCHÖNE, Veronika: Früher war alles original, in: Stuttgarter Zeitung vom 29.06.2002.
- SCHÖNEBECK, Gudrun von; FLEITMANN, Sabina: VDR – Der Verband der Restauratoren stellt sich vor, in: Weltkunst Nr. 13/2003.
- SCHREIBER, Susanne: Kaufrausch auf der TEFAF, der Messe der Superlative, in: Handelsblatt vom 12./13.03.2004.
- SCHRÖER, Carl Friedrich: Bild weg? Ich treibe es für Sie auf, in: ART Nr. 1/1994.
- SCHUBERT, Dietrich: Drum prüfe, wer sich an Bronzen bindet, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 16.03.2002.
- SCHULTZ, Bernd: Die Kunst und die Steuer oder vom wahren Interesse des Staates, wenn er denn nur hören wollte, in: Weltkunst Nr. 04/2003.
- SCHULZ, Bernhard: Am besten ohne Rechtsstreit, in: Handelsblatt vom 17./18.11.2000.
- SCHULZ-HOFFMANN, Carla: Das wird sich mit diesem Haus ändern (Interview), in: Art Investor Nr. 03/2002.
- SCHULZE, Sabine: Nachrichten aus dem Leben eines Bildes, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.06.2001.
- SCHÜMER, Dirk: Bildermüll, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.11.1996.
- SCHÜRENBERG, Barbara: Vincent van Gogh führt wieder, in: Welt am Sonntag vom 27.12.1998.
- SCHÜRENBERG, Barbara: Das teuerste Bild der Welt ist wertlos, in: Die Welt vom 27.03.1999.

C

- SCHÜRENBERG, Barbara: Londons Kunstmarkt stöhnt unter neuer Steuerlast, in: Die Welt vom 10.07.1999.
- SCHÜRENBERG, Barbara: Umsatzsteigerung von 1,5 auf 228 Millionen Mark, in: Die Welt vom 24.07.1999.
- SCHÜRENBERG, Barbara: Kunst kann man nicht wie Bier verkaufen, in: Die Welt vom 25.02.2000.
- SCHÜRENBERG, Barbara: Die Auktions-Elite hat jetzt ernsthafte Konkurrenz, in: Die Welt vom 03.02.2001.
- SCHÜRMANN, Hans: Fachleute treffen sich lieber auf dem Messestand als im Web, in: Handelsblatt vom 09.01.2001.
- SCHÜRMANN, Wilhelm: Sammeln als intellektuelle Notwendigkeit, in: Kunstforum Nr. 158/2002.
- SCHUSTER, Daniel: Das Ei des Fontana schlägt alle Rekorde, in: Art Investor Nr. 03/2003.
- SCHUSTER, Daniel: Neues Geld für frische Kunst, in: Art Investor Nr. 04/2003.
- SCHÜTTE, Rainer: Law & Art, in: Weltkunst Nr. 05/1997.
- SCHÜTTE, Rainer: Kunstgutachten, in: Weltkunst Nr. 15/2000.
- SCHÜTTE, Rainer: WertWechsel – Zum Wert des Kunstwerks, in: Weltkunst Nr. 06/2001.
- SCHWARTZ, John; DOBRZYNSKI, Judith: 3 Indicted for Illegal Bidding in EBay Auctions, in: International Herald Tribune vom 10./11.03.2001.
- SCHWEIGHÖFER, Kerstin: Die Flucht vor der Angst führte in den Untergang, in: ART Nr. 04/2000.
- SCHWEIGHÖFER, Kerstin: Jüdischer Besitz war wohlfeil, in: ART Nr. 04/2000-2.
- SCHWEIGHÖFER, Kerstin: Schmuggelware, Raubkunst und diverses Diebesgut, in: ART Nr. 06/2000.
- SCHWEIGHÖFER, Kerstin: Neuer Kurs, in: ART Nr. 02/2002.
- SCHWEIGHÖFER, Kerstin: Die Flucht vor der Angst führte in den Untergang, in: ART Nr. 04/2002.
- SCHWEIGHÖFER, Kerstin: Junge Kunst auf Raten, in: ART Nr. 08/2002.
- SCHWEIGHÖFER, Kerstin: Verkauft wird, was gefällt, in: ART Nr. 02/2004.
- SCHWEIZER, Heinrich: Afrika entfaltet mystische Kräfte, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.12.2001.
- SCHWEIZER, Karl: Hohes Risiko - wenig Ertrag, in: Weltkunst moderne 2001.
- SELVA, Meera: French to invade UK high streets, in: The Business vom 14./15.06.2003.
- SERJEANT, Jill: eBay under fire over Nazi memorabilia sales, in: The Scotsman vom 06.12.1999.
- SEWELL, Brian: It is 60 years too late to question these paintings, in: The Evening Standard vom 29.02.2000.

- SEWELL, Brian: Old master caught in an apologetic new world, in: The Evening Standard vom 18.04.2000.
- SEWELL, Brian: Portrait of the artist as social climber, in: The Evening Standard vom 09.01.2004.
- SHAMOON, Stella: It's the second time around for PPR, in: The Times vom 20.03.2004.
- SIEBER, Ulrich: Internationales Strafrecht im Internet, in: Neue Juristische Wochenschrift vom 19.07.1999.
- SIEBER, Ulrich: Kriminell Angriffe im Cyberspace, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.06.2000.
- SIEBLER, Michael: Von Noldes Sonnenblumen bis zu Richters Stimmungswolken, Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.02.2003.
- SILBERT, Nathalie: Christie's prêt à organiser des ventes dans ses nouveaux locaux parisiens, in: Les Echos vom 02.12.1999.
- SILVERMAN, Gary: Moody's reduces Sotheby's to junk bond status, in: The Financial Times vom 23./24.12.2000.
- SILVESTER, Christopher: Stock market rules apply in the art world. Buy for the long term and avoid income schemes that appear too good to be true, in: The Evening Standard vom 28.03.2003.
- SLINGSBZ, Helen: Gucci feud nears resolution, in: The Guardian vom 06.09.2001.
- SMITH, Andreas: Why collusion is going, going, gone in the United States, in: The Independent vom 28.02.2000.
- SOLGAR, Simone: Subjektive Erfahrungen, in: Handelsblatt vom 02.01.2001.
- SOMERS COOKS, Anna: Artists' resale rights postponed in EU for fifteen years, in: The Art Newspaper vom 01.07.2003.
- SOMMER, Tim: Neueiche kaufen doch lieber Autos als Kunstwerke, in: ART Nr. 04/2000.
- SOMMER, Tim: Viel Wort, wenig Bild, in: ART Nr. 05/2000.
- SOMMER, Tim: Kleine Fische im Datennetz, in: ART Nr. 05/2000-2.
- SOMMER, Tim: Ein Gentleman-Ganove packt aus, in: ART Nr. 07/2000.
- SOMMER, Tim: Die Beutelschneider von Köln, in: ART Nr. 09/2000-1.
- SOMMER, Tim: Hilfe bei Narzissmus, in: ART Nr. 09/2000-2.
- SOMMER, Tim: Verlorene Kunstschatze, in: ART Nr. 11/2000.
- SPEHR, Michael: Der Kauf aus dem Netz kann ein Schnäppchen sein, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 31.08.2002.
- STADEL, Stefanie: Köln – Mailand - Paris, in: Stuttgarter Zeitung vom 13.05.2000.
- STADEL, Stefanie: Virtuell real steigern, in: Stuttgarter Zeitung vom 09.12.2000.
- STADEL, Stefanie: Die Pyramide regelmäßig mit Joghurt übergießen, in: Stuttgarter Zeitung vom 12.05.2001.
- STADEL, Stefanie: Die Getroffenen schlagen zurück, in: Stuttgarter Zeitung vom 25.08.2001.

- STADEL, Stefanie: Köln grüßt die Welt, in: Stuttgarter Zeitung vom 03.11.2001.
- STADEL, Stefanie: Die Museen stehen nun mit leeren Wänden da, in: Stuttgarter Zeitung vom 10.11.2001.
- STADEL, Stefanie: Nazis als Kunstsammler, in: Stuttgarter Zeitung vom 05.01.2002.
- STADEL, Stefanie: Beraubt, angeschmiert, in: Stuttgarter Zeitung vom 19.01.2002.
- STADEL, Stefanie: Bilder in der Tiefgarage, in: Stuttgarter Zeitung vom 18.05.2002.
- STADEL, Stefanie: Manche Galeristen erhöhen vorsorglich schon mal die Preise, in: Stuttgarter Zeitung vom 03.08.2002.
- STAECK, Klaus: Die Gaffer auf der Goldader, in: Der Spiegel Special Nr. 12/1998, Thema "Ware Kunst".
- STAUDT, Erwin: Wirkungsvoll am globalen Markt teilnehmen (Interview), in: IHK Magazin Wirtschaft Nr. 4/1999.
- STEINER, Rupert: Phillips fumbles bid to lead in auctions, in: The Sunday Times vom 13.05.2001.
- STEINER, Rupert: LVMH shapes up with better figures, in: The Sunday Times vom 09.03.2003.
- STEPHAN, Juliane: Neue Allianzen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 19.10.1996.
- STEPHAN, Juliane: Hochsaison mit Niederschlägen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.05.1999.
- STEPHAN, Juliane: Buße tun, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.02.2000.
- STEPHAN, Juliane: Das Duopol beginnt zu wanken, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 25.03.2000.
- STEPHAN, Juliane: Nur eingeschränkt erfolgreich, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 25.03.2000-2.
- STEPHAN, Juliane: Phillips greift an, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.04.2000.
- STEPHAN, Juliane: Wieviel Strafe darf's denn sein?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.04.2000.
- STEPHAN, Juliane: Alfred Taubman unter Druck, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.04.2000.
- STEPHAN, Juliane: Monet, der alte Recke, zieht immer, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.05.2000.
- STEPHAN, Juliane: Schicker Drugstore für die Kunst, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 20.05.2000.
- STEPHAN, Juliane: Die Deutschen haben ihre Gemeinde in Übersee, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 20.05.2000-2.
- STEPHAN, Juliane: Genre, Capriccio und Architekturen schmücken, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27.05.2000.

CIII

STEPHAN, Juliane: Zum Nachmittagstee unter Warhols Selbstportrait, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.06.2000.

STEPHAN, Juliane: Nur Frida ist ein Latino-Hit, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.06.2000-2.

STEPHAN, Juliane: Eine Sammlung ist nur ein vorübergehender Hafen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 19.08.2000.

STEPHAN, Juliane: Davidges Vermerk, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 07.10.2000.

STEPHAN, Juliane: Große Sammlungen sind selten geworden, gute Bilder noch nicht, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.11.2000.

STEPHAN, Juliane: Geld in Sicht, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.11.2000-2.

STEPHAN, Juliane: Mittelmaß ist nicht gut genug, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.11.2000.

STEPHAN, Juliane: Das Spiel mit Höchsteinsätzen hat sich gelohnt, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.11.2000.

STEPHAN, Juliane: Taschengeld, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.11.2000-2.

STEPHAN, Juliane: Entschädigung, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.12.2000.

STEPHAN, Juliane: Kurz aufatmen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.02.2001.

STEPHAN, Juliane: Zurück in die Zukunft, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.02.2001.

STEPHAN, Juliane: Die Kunstkammer in Manhattan, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 03.03.2001.

STEPHAN, Juliane: Phillips punktet, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.03.2001.

STEPHAN, Juliane: Blick nach vorn in Sorge, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 24.03.2001.

STEPHAN, Juliane: Gil, der Star der Avenue, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 14.04.2001.

STEPHAN, Juliane: Jeff oder die Banalität der ganzen Welt, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 03.11.2001.

STEPHAN, Juliane: Die Kunst liegt in der Fülle und Vergänglichkeit blauer Bonbons, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 17.11.2001.

STEPHAN, Juliane: Ende einer Affäre, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.05.2002.

STEPHAN, Juliane: Nein, Euer Ehren, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27.04.2002.

STEWART, Clare: Going, going, gone, in: The Times vom 04.03.2000.

STEWART, Clare: Modern masters in the fine old art of forgery, in: The Times vom 05.08.2000.

STEWART, Clare: The rent collectors, in: The Times vom 03.02.2001.

- STEWART, Clare: Sotheby's sets out its stall at Olympia, in: The Times vom 02.09.2001.
- STEWART, Clare: Capturing classic art in cyberspace, in: The Times vom 22.02.2003.
- STILLER, Veit: Avantgarde, was soll denn das sein?, in: Die Welt vom 26.08.2000.
- STIMPFING, John: Netting the auction market, in: Decanter Nr. 3/1999.
- STIMPFING, John: The fine art of faking wine, in: Weekend Financial Times Nr. 01/2000.
- STÖLZL, Christoph: Der Kosmopolit aus Berlin, in: Die Welt vom 06.01.2004.
- STRIMMER, Ute: Sammeln ist Passion, in: Weltkunst Nr. 14/2000.
- STRINGER, Robin: Nazi shadow over 350 works of art, in: The Evening Standard vom 29.02.2000.
- STROBL, Andreas: Provenienzforschung – nun sparen und schweigen sie wieder, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.06.2003.
- STRONG, Roy: Art buyers pay the price of fashion, in: The Times vom 03.02.2001.
- STUDER, Margaret: Art Nouveau: Bankers Now Counsel Collectors, in: The Wall Street Journal vom 04./05.06.1999.
- STUDER, Margaret: It's for Real, Surrealism Is the Center Of Collectors' Attention at Major Sales, in: The Wall Street Journal Europe vom 29.12.2000.
- STUDER, Margaret: Contemporary Art or Fashion? The Market Will Tell, in: The Wall Street Journal vom 19./20.01.2001.
- STUDER, Margaret: Masterly Maastricht, in: The Wall Street Journal vom 07./08./09.03.2003.
- STUDER, Margaret: Making Buyers Feel at Home, in: The Wall Street Journal vom 28.03.2003.
- STUDER, Margaret: Auctions Turn to 18th Century, in: The Wall Street Journal Europe vom 14./15.11.2003.
- STÜRMER, Michael: Kunsthandel und Zeitgeist, in: Weltkunst Nr. 09/1998.
- STÜRMER, Michael: Die schöne Kunst der Verführung, in: Welt am Sonntag vom 18.10.1998.
- STÜRMER, Michael: Denn das Genie des Meisters ist einmalig, in: Welt am Sonntag vom 08.10.2000.
- SÜDMERSEN, Eckhard: Content, Content, Content, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27.06.2000.
- SULLIVAN, Ruth: An ambitious strategy for going going up, in: The Financial Times vom 16.05.2000.
- SWISHER, Kara: Will eBay Head to the Altar?, in: The Wall Street Journal vom 21.03.2000.
- TAGLIABUE, John: Luxury Goods: Living the High life, in: International Herald Tribune vom 22.11.1999.

CV

TEATHER, David: Sotheby's off the block as scandal deters bids, in: The Guardian vom 22.02.2003.

TEIBLER, Claudia: Mit Sicherheit ein Vergnügen, in: Art Investor Nr. 02/2001.

THACKRAY, Rachele: Me and my partner, in: The Independent vom 25.10.2000.

THARP, Paul: Baron bails on Sotheby's, in: New York Post vom 20.03.2003.

THELEN, Sibylle: Schau' mir in die Augen und ich sag' Dir, wer Du bist, in: Stuttgarter Zeitung vom 22.06.1999.

THIBAUT, Matthias: Größere Flexibilität, in: Handelsblatt vom 19.05.1998.

THIBAUT, Matthias: Eine nicht so glanzvolle Marktprobe, in: Handelsblatt vom 19./20.03.1999.

THIBAUT, Matthias: Richard Green - eine ungewöhnliche Erfolgibilanz, in: Weltkunst Nr. 05/1999.

THIBAUT, Matthias: Fakten werden ignoriert, in: Handelsblatt vom 04.05.1999.

THIBAUT, Matthias: Der Markt ist wieder einmal in Hochform, in: Handelsblatt vom 02./03.07.1999.

THIBAUT, Matthias: Asian Art in London, in: Weltkunst Nr. 13/1999-1.

THIBAUT, Matthias: Geburtstagsschau für einen Chairman, in: Weltkunst Nr. 13/1999-2.

THIBAUT, Matthias: Britische Steuersenkung, in: Handelsblatt vom 09./10.07.1999.

THIBAUT, Matthias: Auch Phillips ist nun in französischer Hand, in: Weltkunst Nr. 15/1999.

THIBAUT, Matthias: Fahrrad schlägt Porsche, in: Handelsblatt vom 18./19.02.2000.

THIBAUT, Matthias: Internationale Expansion, in: Handelsblatt vom 25.02.2000.

THIBAUT, Matthias: Jetzt bleibt noch 15 Jahre Zeit für eine internationale Vereinbarung: Handelsblatt vom 21.03.2000.

THIBAUT, Matthias: Zu wenig abgeführt?, in: Handelsblatt vom 31.03./01.04.2000.

THIBAUT, Matthias: Spitzenpreise für Filmposter, in: Handelsblatt vom 31.03./01.04.2000-2.

THIBAUT, Matthias: Kontinentale Händler klagen über zu hohe Preise, in: Handelsblatt vom 14./15.04.2000.

THIBAUT, Matthias: Liebe auf den ersten Blick, in: Handelsblatt vom 05./06.05.2000.

THIBAUT, Matthias: Kontroverse um Tierfiguren, in: Handelsblatt vom 09.05.2000.

THIBAUT, Matthias: Der unaufhaltsame Aufstieg der Art Déco, in: Handelsblatt vom 16.05.2000.

- THIBAUT, Matthias: Eine Rekordauktion, in: Handelsblatt vom 23.05.2000.
- THIBAUT, Matthias: Vernünftiger Preis, in: Handelsblatt vom 14.06.2000.
- THIBAUT, Matthias: Drei Ruhepunkte im Londoner Messerummel, in: Handelsblatt vom 16./17.06.2000.
- THIBAUT, Matthias: Umsatzstärke trotz deutlicher Selektivität, in: Handelsblatt vom 16./17.06.2000-2.
- THIBAUT, Matthias: Rekordpreis für Michelangelo, in: Handelsblatt vom 07./08.07.2000.
- THIBAUT, Matthias: Schwindende Gewinnmargen und fürstliche Gehälter, in: Handelsblatt vom 28./29.07.2000.
- THIBAUT, Matthias: Bonham fusioniert mit Brooks, in: Handelsblatt vom 15./16.09.2000.
- THIBAUT, Matthias: Business as usual?, in: Handelsblatt vom 14./15.10.2000.
- THIBAUT, Matthias: Geburtstagsschau für den Chairman, in: Weltkunst Nr. 13/2000.
- THIBAUT, Matthias: Auktion der Kontraste, in: Handelsblatt vom 14.11.2000.
- THIBAUT, Matthias: Russische Sammler langten zu, in: Handelsblatt vom 28.11.2000.
- THIBAUT, Matthias: Eine Billiglösung, in: Handelsblatt vom 19.12.2000.
- THIBAUT, Matthias: Simon de Pury neuer Phillips-Chairman, in: Handelsblatt vom 22./23.12.2000.
- THIBAUT, Matthias: Der teuerste Pferdemaler des Jahrhunderts, in: Handelsblatt vom 12./13.01.2001.
- THIBAUT, Matthias: Kein Tummelplatz für Spekulanten, in: Handelsblatt vom 16.01.2001.
- THIBAUT, Matthias: Kunst im Internet, in: Weltkunst Nr. 02/2001.
- THIBAUT, Matthias: Verliert London an Bedeutung?, in: Art Investor Nr. 02/2001.
- THIBAUT, Matthias: Das Rückgrat des globalen Marktes, in: Handelsblatt vom 09./10.03.2001.
- THIBAUT, Matthias: Lust auf Prunkstücke, in: Handelsblatt vom 27.03.2001.
- THIBAUT, Matthias: Die große Entscheidung, in: Handelsblatt vom 30./31.03.2001.
- THIBAUT, Matthias: Bessere Aussichten, in: Handelsblatt vom 17.05.2001.
- THIBAUT, Matthias: Größer denn je und so edel wie immer, in: Handelsblatt vom 13.06.2001.
- THIBAUT, Matthias: Ungebrochene Kaufstimmung, in: Handelsblatt vom 27.06.2001.

CVII

- THIBAUT, Matthias: Swinging Market, in: Der Tagesspiegel vom 30.06.2001.
- THIBAUT, Matthias: Großauftritt in Londoner Galerien, in: Handelsblatt vom 09.07.2001.
- THIBAUT, Matthias: Kampf um Mittelmärkte, in: Handelsblatt vom 10.07.2001.
- THIBAUT, Matthias: Die Fusion ist perfekt, in: Handelsblatt vom 17.07.2001.
- THIBAUT, Matthias: Gewinne, Verluste und stete Konsolidierung, in: Handelsblatt vom 10./11.08.2001.
- THIBAUT, Matthias: Konzentration auf den mittleren Marktbereich, in: Handelsblatt vom 04.09.2001.
- THIBAUT, Matthias: Auf der Höhe des Erfolges, in: Handelsblatt vom 11.09.2001.
- THIBAUT, Matthias: Keine Absatzprobleme, in: Handelsblatt vom 25.09.2001.
- THIBAUT, Matthias: Die klassische Spitze behauptete sich gut, in: Handelsblatt vom 26./27.10.2001.
- THIBAUT, Matthias: Guter Markt für mediterrane Kunst, in: Handelsblatt vom 26./27.10.2001-2.
- THIBAUT, Matthias: Colnaghi vor dem Aus?, in: Handelsblatt vom 06.11.2001.
- THIBAUT, Matthias: Toppreis für Ruhlmann, in: Handelsblatt vom 13.11.2001.
- THIBAUT, Matthias: Verlorene Unschuld, in: Weltkunst Moderne 2002.
- THIBAUT, Matthias: Anlagestrategie mit nostalgischem Hintergrund, in: Handelsblatt vom 18./19.01.2002.
- THIBAUT, Matthias: Bürokratische Hürden lähmen den Markt, in: Handelsblatt vom 05.03.2002.
- THIBAUT, Matthias: Michelangelo verkauft, in: Handelsblatt vom 15./16.03.2002.
- THIBAUT, Matthias: Reduzierte Verluste, in: Handelsblatt vom 15./16.03.2002-2.
- THIBAUT, Matthias: Bacon-Prozess eingestellt, in: Handelsblatt vom 23./24.03.2002.
- THIBAUT, Matthias: London Print Fair, in: Weltkunst Nr. 04/2002.
- THIBAUT, Matthias: Bonhams setzt auf internationale Märkte, in: Handelsblatt vom 10./11.05.2002.
- THIBAUT, Matthias: Interview mit Bonhams' Chef Robert Brooks, in: Weltkunst Nr. 06/2002.
- THIBAUT, Matthias: Hier zählt die Edelkundschaft, in: Handelsblatt vom 14./15.06.2002.
- THIBAUT, Matthias: Rekordpreis für ein dramatisches Bild, in: Handelsblatt vom 12./13.07.2002.

CVIII

- THIBAUT, Matthias: Bonhams übernimmt Butterfields, in: Handelsblatt vom 09./10.08.2002.
- THIBAUT, Matthias: Höheres Aufgeld bei Sotheby, in: Handelsblatt vom 17./18.01.2003.
- THIBAUT, Matthias: Londoner Galerieszene wächst, in: Handelsblatt vom 07./08.02.2003.
- THIBAUT, Matthias: Gegen die restriktive Scheuklappen-Bürokratie, in: Handelsblatt vom 28.02./01.03.2003.
- THIBAUT, Matthias: Spitzenkunst hilft Auktionsriesen wenig, in: Handelsblatt vom 03.07.2003.
- THIBAUT, Matthias: Rugby-Spieler mit Kunstverstand, in: Handelsblatt vom 03.07.2003-2.
- THIBAUT, Matthias: Teure Altmeister der Gegenwartskunst, in: Handelsblatt vom 04./05.07.2003.
- THIBAUT, Matthias: Im Schatten der Moderne, in: Handelsblatt vom 08./09.08.2003.
- THIBAUT, Matthias: Stimulierendes Kunsterlebnis, in: Handelsblatt vom 17./18.10.2003.
- THIBAUT, Matthias: Hausse bei der Kunst des 19. Jahrhunderts, in: Handelsblatt vom 28./29.11.2003.
- THIBAUT, Matthias: Chinamarkt läuft derzeit auf Hochtouren, in: Handelsblatt vom 30./31.01.2004.
- THIBAUT, Matthias: Zu hohe Taxen verweigert der Markt, in: Handelsblatt vom 06./07.02.2004.
- THIBAUT, Matthias: Ungebremste Lust auf Malerei, in: Handelsblatt vom 13./14.02.2004.
- THIBAUT, Matthias: Möbel der Haute Époque, in: Architektur&Wohnen Nr. 02/2004.
- THIBAUT, Matthias: Art Déco und Bauhaus sind abgelöst, in: Handelsblatt vom 05./06.03.2004.
- THIBAUT, Matthias: Prozess in London um Louis XV-Vasen, in: Handelsblatt vom 12./13.03.2004.
- THIELE, Carmela: Schwäbische Sammler sind zurückhaltend, in: Die Welt vom 23.01.1999.
- THOMAS, Gina: Leonardo vor Michelangelo – für dieses Mal, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 14.07.2001.
- THOMAS, Gina: Rückzug am Höhepunkt, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.09.2001.
- THOMAS, Gina: Des Grafen reale Romantik, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.12.2001.
- THOMAS, Gina: Ohne Titel, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.01.2002.
- THOMAS, Gina: Ohne Titel, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.06.2002.

- THOMAS, Gina: Häupter, mit Lorbeer gekrönt in den Zeiten des Jazz, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.07.2002.
- THOMAS, Gina: Verneigung vor Hölzel, Aufstieg für Corinth, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.10.2002.
- THOMAS, Gina: Beim Zeuxis, diese Blume möchte ich pflücken!, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 14.06.2003.
- THOMAS, Gina: Gezielte Auslese im knappen Material, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.07.2003.
- THOMAS, Kelly Devine: Collecting in Cyberspace, in: ARTnews Nr. 1/2000.
- THOMAS, Kelly Devine: Distinct Strategies, in: ARTnews Nr. 2/2000.
- THOMSON, Richard: Now is Sotheby's.com to net an old master, in: The Evening Standard vom 22.01.1999.
- THON, Ute: Die Generalin, in: ART Nr. 10/2001.
- THON, Ute: Spüren, was nicht mehr da ist, in: ART Nr. 11/2001.
- THON, Ute: Comeback für Jeff Koons, in: ART Nr. 01/2003-1.
- THON, Ute: Kunstkauf am Kaminfeuer, in: ART Nr. 01/2003-2.
- THON, Ute: Kunsthändler in der Kulturwüste, in: ART Nr. 02/2003.
- THON, Ute: „Ich hatte zuviel Angst“, in: ART Nr. 05/2003.
- THON, Ute; CHRISTMANN, Holger: Das Haus verliert nichts, in: ART Nr. 05/2003.
- THON, Ute; CHRISTMANN, Holger: Des Sammlers Advokat, in: ART Nr. 07/2003.
- THON, Ute: Kunst-Frühling, in: ART Nr. 09/2003.
- THON, Ute: Florierender Transfermarkt, in: ART Nr. 03/2004.
- THORMÜLLER, Anton: Deutsche Bilder, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.07.2000.
- THORMÜLLER, Anton: Tausche Hölzel gegen Heizungen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 14.09.2002.
- THORNCROFT, Antony: Christie's increases the stakes, in: The Financial Times vom 26.04.1999.
- THORNCROFT, Antony: Doubling VAT on art imports will hit London trade, say dealers, in: The Financial Times vom 04.05.1999.
- THORNCROFT, Antony: London strives to be first among equals in the art market, in: The Financial Times vom 26.06.1999.
- THORNCROFT, Antony: Old Masters make the leap to New York – boom!, in: The Financial Times vom 08./09.01.2000.
- THORNCROFT, Antony: Auctioneers' chief values online future, in: The Financial Times vom 13.01.2000.
- THORNCROFT, Antony; YEAGER, Holly: The temptation of Sotheby's, in: The Financial Times vom 26.2.2000.
- THORNCROFT, Antony: Christie's sales match its rival's, in: The Financial Times vom 07.03.2000.

THORNCROFT, Antony: Dealers take Dutch courage, in: The Financial Times vom 01./02.03.2000.

THORNCROFT, Antony: The bridesmaid bidding for a seat at the top table, in: The Financial Times vom 06./07.05.2000.

THORNCROFT, Antony: Back to the drawing board for art auctioneer, in: The Financial Times vom 13./14.05.2000.

THORNCROFT, Antony: Old Masters sale confirms London's art market status, in: The Financial Times vom 08.07.2000.

THORNCROFT, Antony: The spoils of the old and the shock of the new, in: The Financial Times vom 17.07.2000.

THORNCROFT, Antony: German art sales put London in the frame, in: The Financial Times vom 20.10.2000.

THORNCROFT, Antony: Surreal thing, in: The Financial Times vom 02.12.2000.

THORNCROFT, Antony: Dealers in demand amid the auction house woes, in: The Financial Times vom 11.12.2000.

THORNCROFT, Antony: Roll up for all the fun of the fair, in: The Financial Times vom 19.01.2001.

THORNCROFT, Antony: Grandiose and informed, in: The Financial Times vom 17.03.2001.

THORNCROFT, Antony: Phillips grand art sale falls short of estimates, in: The Financial Times vom 09.05.2001.

THORNCROFT, Antony: Leading auction houses to confirm merger, in: The Financial Times vom 13.07.2001.

THORNCROFT, Antony: Phillips throws in its lot with rival auctioneer, in: The Financial Times vom 14.07.2001.

THORNCROFT, Antony: London's future under the hammer, in: The Financial Times vom 17.07.2001.

THORNCROFT, Antony: Rain likely on the auction houses' parade, in: The Financial Times vom 04./05.08.2001.

THORNCROFT, Antony: The art of buying and selling at the right time, in: The Financial Times vom 01./02.03.2003.

THORNCROFT, Antony: Casting a spell, in: The Financial Times vom 08./09.03.2003.

THORNCROFT, Antony: Roll up for the main event, in: The Financial Times vom 07./08.06.2003.

THORNCROFT, Antony: New fads keep the old houses going, in: The Financial Times vom 03./04.01.2004.

THORNCROFT, Antony: High art rides out the storm, in: The Financial Times vom 31.01./01.02.2004.

THORNTON, Philip: Sotheby's to buy new auction rooms and cut stuff, in: The Independent vom 20.11.2000.

THORPE, Vanessa: Jewish family demand return of Monet stolen by Nazis, in: The Independent vom 06.12.1998.

- THORPER, Vanessa, RYLE, Sarah: Euro tax threat to UK art dealers, in: The Observer vom 21.02.1999.
- TIEMANN, Ross: LVMH loses its lustre as clients rein in spending, in: The Evening Standard vom 09.07.2001.
- TOMLINSON, Heather; NISSE, Jason: Hammer Blow, in: The Independent on Sunday vom 15.07.2001.
- TRABERT, Heidi: Bei Aldi gibt es jetzt echte Kunst, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 23.11.2003.
- TRABERT, Heidi: Kunststück, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 11.01.2004.
- TROST, Ernst: Kindermord, in: Neue Kronen Zeitung vom 25.07.2002.
- TRÖSTER, Christian: Wie ein Aufputschmittel, in: Der Spiegel Special Nr. 12/1998, Thema "Ware Kunst".
- TUCKER, Emma: Blair pledges fight over proposed art sales law, in: The Financial Times vom 25.02.1999.
- TUCKER, Emma: Art sales levy measure postponed, in: The Financial Times vom 26.02.1999.
- TULLY, Judd: Phillips New Image Restyles, in: Masterpiece Nr. 2/2000.
- TULLY, Judd: Block Goes to Phillips, Berggruen Go on the Block, in: Art & Auction Nr. 03/2000.
- TURLIN, Jean-Louis: Les couteaux sont sortis, in: Le Figaro vom 08.05.2001.
- ULMER, Brigitte: Goldene Zeiten, in: FACTS vom 18.12.2003.
- USBORNE, David: Amazon.com takes 1,7% stake in Sotheby's, in: The Independent vom 17.06.1999.
- USBORNE, David; COPE, Nigel: Sir Anthony Tennant cited in auction commission scandal, in: The Independent vom 08.04.2000.
- VAHLAND, Kia: Wahres Genie oder blasse Kopie?, in: ART Nr. 06/2000.
- VAHLAND, Kia; SOMMER, Tim: Wie man alte Meister macht, in: ART Nr. 08/2001.
- VALE, Paul: The Highest Bidder, in: The Express vom 20.07.2003.
- VALENTIN, Beate: Messe muß Ablehnung exakt begründen, in: Handelsblatt vom 25./26.06.1999.
- VALENTIN, Beate: Das Klima ist nicht günstig im Südwesten, in: Handelsblatt vom 06./07.08.1999.
- VALENTIN, Beate: Getarnte Fremdware, in: Handelsblatt vom 18./19.02.2000.
- VALENTIN, Beate: Zwei Messen unter einem Dach, in: Handelsblatt vom 31.03./01.04.2000.
- VALENTIN, Beate: Projekte gegen die Messemüdigkeit, in: Handelsblatt vom 04./05.08.2000.
- VALENTIN, Beate: Für die Zukunft bestens gerüstet, in: Handelsblatt vom 29./30.09.2000.
- VALENTIN, Beate: Raritäten aus noblen Speichern, in: Handelsblatt vom 13./14.10.2000.

- VALENTIN, Beate: Wie eine kleine, feine Messe, in: Handelsblatt vom 27./28.10.2000.
- VALENTIN, Beate: Die Fusion ist geplatzt, in: Handelsblatt vom 17./18.11.2000.
- VALENTIN, Beate: Eine neue Messe mit alter Tradition, in: Handelsblatt vom 03./04.11.2000.
- VALENTIN, Beate: Gute Aussichten für Teilwertabschreibung, in: Handelsblatt vom 01./02.12.2000.
- VALENTIN, Beate: Restlos ausverkaufte Ladung, in: Handelsblatt vom 01./02.12.2000-2.
- VALENTIN, Beate: Behinderung des Wettbewerbs, in: Handelsblatt vom 05.12.2000.
- VALENTIN, Beate: Gemeinschaftlicher Erfolg, in: Handelsblatt vom 15./16.12.2000.
- VALENTIN, Beate: Verschenkte Chancen, in: Handelsblatt vom 26./27.01.2001.
- VALENTIN, Beate: Lohn der Mühen, in: Handelsblatt vom 16./17.02.2001.
- VALENTIN, Beate: Kooperation wird immer wichtiger, in: Handelsblatt vom 06.03.2001.
- VALENTIN, Beate: Die Messe setzt Zeichen auch bei gebremster Euphorie, in: Handelsblatt vom 20.03.2001.
- VALENTIN, Beate: Junge Kunst und Kaufhausangebote, in: Handelsblatt vom 27./28.04.2001.
- VALENTIN, Beate: Figuratives kam gut an, in: Handelsblatt vom 03.05.2001.
- VALENTIN, Beate: Fernabsatzgesetz gilt auch für Internet-Auktionen, in: Handelsblatt vom 27./28.07.2001.
- VALENTIN, Beate: Internationales Aufgebot, lokale Akzente, in: Handelsblatt vom 02./03.11.2001.
- VALENTIN, Beate: Alte Meister weichen aktueller Kunst, in: Handelsblatt vom 11./12.01.2002.
- VALENTIN, Beate: Wieder ein Publikumserfolg, in: Handelsblatt vom 19.03.2002.
- VALENTIN, Beate: Neue Projekte und viel junge Kunst, in: Handelsblatt vom 24./25.05.2002.
- VALENTIN, Beate: Der Dornröschenschlaf ist beendet, in: Handelsblatt vom 24./25.05.2002-2.
- VALENTIN, Beate: Starkes Plädoyer für Herrenhausen, in: Handelsblatt vom 31.05./01.06.2002.
- VALENTIN, Beate: Perspektiven für das 21. Jahrhundert, in: Handelsblatt vom 09./10.08.2002.
- VALENTIN, Beate: Schwere Zeiten für Einzelkämpfer, in: Handelsblatt vom 06./07.09.2002.

CXIII

- VALENTIN, Beate: Konzerne entdecken Kunst als Notgroschen, in: Handelsblatt vom 30.10.2002.
- VALENTIN, Beate: Mit neuem Elan, in: Handelsblatt vom 24./25.01.2003.
- VALENTIN, Beate: Norddeutsche Selbstbehauptung, in: Handelsblatt vom 09./10.05.2003.
- VALENTIN, Beate: Eine Branche sorgt sich um ihre Zukunft, in: Handelsblatt vom 05./06.09.2003.
- VALENTIN, Beate: Ein neuer Weg der Katalogverbreitung, in: Handelsblatt vom 24./25.10.2003.
- VIDAL, Francois: BPE joins bid battle for Drouot, in: The Financial Times vom 17.01.2002.
- VIELHABER, Christiane: Sofabilder und Skulpturen, in: Handelsblatt vom 22./23.09.2000.
- VIELHABER, Christiane: Starkes Werben um rheinische Sammler, in: Handelsblatt vom 03./04.11.2000.
- VIELHABER, Christiane: Faible für die Figuration, in: Handelsblatt vom 14.11.2000.
- VIELHABER, Christiane: Ich hab es getragen vierzig Jahr, in: Handelsblatt vom 24./25.11.2000.
- VIELHABER, Christiane: Heimkehr an den genuinen Ort, in: Handelsblatt vom 02./03.02.2001.
- VIELHABER, Christiane: Hoffnungsfrohe Herbstoffensive, in: Handelsblatt vom 20./21.09.2002.
- VIELHABER, Christiane: Das Tandem braucht einen großen Atem, in: Handelsblatt vom 04./05.04.2003.
- VIERBUCHEN, Ruth: Luxusgüter-Aktien im Sog der Krise, in: Handelsblatt vom 21./22.09.2001.
- VILLINGER, Carina: Gut geheut im letzten Licht der Abendsonne, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.06.2001.
- VILLINGER, Carina: Zweckehe, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 14.07.2001.
- VILLINGER, Carina: Sammlung Smooke, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 28.07.2001.
- VILLINGER, Carina: Versteigerungsrat, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11.08.2001.
- VILLINGER, Carina: Politik der goldenen Handschellen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.08.2001.
- VILLINGER, Carina: Auktion Light, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.09.2001.
- VILLINGER, Carina: Klimt geht doch immer, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.10.2001-1.
- VILLINGER, Carina: Sing, wenn Du gewinnst, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.10.2001-2.

- VILLINGER, Carina: Trennungsschmerzen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 20.10.2001.
- VILLINGER, Carina: Schäferstündchen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.12.2001.
- VILLINGER, Carina: Die Klippen umschifft, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.12.2001.
- VILLINGER, Carina: Paris setzt zu Höhenflügen an, London hinkt hinterher, New York behauptet sich, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 19.01.2002.
- VILLINGER, Carina: Das kleine rote Buch oder Wie sag ich's meinen Angestellten?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 02.02.2002.
- VILLINGER, Carina: Ohne Arnault, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 23.02.2002.
- VILLINGER, Carina: Schwieriges Jahr, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 16.03.2002.
- VILLINGER, Carina: An Basel kommt keiner vorbei, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.06.2002.
- VILLINGER, Carina: Neuheiten, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.06.2002.
- VILLINGER, Carina: Schwarz oder rot?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 14.09.2002.
- VINCENT, John: Here in the South, the magnificent £200m Treasures of the North, in: The Evening Standard vom 20.01.2000.
- VINCENT, John: Collapse of share prices puts artists in demand, in: The Independent vom 09.08.2002.
- VOGEL, Carol: Austrian Rothschilds Decide to Sell, in: The New York Times vom 14.04.1999.
- VOGEL, Carol: Sotheby's, Expanding, Plans a Showplace, in: The New York Times vom 21.07.1999.
- VOGEL, Carol: Rising in the Ranks, in: International Herald Tribune vom 18.01.2000.
- VOGEL, Carol: Christie's, Under Antitrust Scrutiny, Alters Its Fees, in: International Herald Tribune vom 09.02.2000.
- VOGEL, Carol: New Head of Sotheby's Optimistic on Equiery, in: International Herald Tribune vom 24.02.2000.
- VOGEL, Carol: Legal Fees Set in Auction Settlement, in: The New York Times vom 21.11.2000.
- VOGEL, Carol: Sotheby's Posts 4th-Quarter Loss and a Drop of 14% in 2000 Sales, in: The New York Times vom 15.03.2001.
- VOGEL, Carol; BLUMENTHAL, Ralph: Judge Accepts Plan to Settle Suit Against Auction Houses, in: The New York Times vom 14.04.2001.
- VOGEL, Carol; BLUMENTHAL, Ralph: Memos Point to Ties Between Auction Houses, in: The New York Times vom 25.05.2001.
- VOGEL, Carol: Conservator's Struggle as Modern Art Its Age, in: International Herald Tribune vom 14./15.04.2001.

- VOGEL, Carol: Phillips Wins A Three-Sided Bidding Game, in: The New York Times vom 27.07.2001.
- VOGEL, Carol: Museums feel the aftershock of Sept. 11, in: The New York Times vom 26.02.2003.
- VOGEL, Carol: Auction Houses Find a Silver Mine in Midrange Sales, in: The New York Times vom 04.09.2003.
- VOGES, Regina: Die Porsche-Generation sammelt nicht, in: Stuttgarter Zeitung vom 18.08.2001.
- VOGES, Regina: Ein Picasso trotz Kriegen, in: Stuttgarter Zeitung vom 29.09.2001.
- VOGES, Regina: Die verlorene Zeit, in: Stuttgarter Zeitung vom 29.12.2001.
- VOGES, Regina: Die Branche applaudiert, in: Stuttgarter Zeitung vom 23.02.2002.
- VOGES, Regina: Viel zu viel Bürokratie, in: Stuttgarter Zeitung vom 16.03.2002.
- VOGES, Regina: Alles ist emsig, ehe der Sommer kommt, in: Stuttgarter Zeitung vom 01.06.2002.
- VOGES, Regina: Es macht krank, bringt schlaflose Nächte, Streit und Schulden, in: Stuttgarter Zeitung vom 24.08.2002.
- VOGES, Regina: Die Katastrophe vom 4. November, in: Stuttgarter Zeitung vom 04.01.2003.
- VOGES, Regina: Das Desaster abwenden, in: Stuttgarter Zeitung vom 08.02.2003.
- VOGES, Regina: Anbieter und Suchende finden sich schneller, in: Stuttgarter Zeitung vom 21.06.2003.
- VOGGENAUER, Michael: Erlaubnis auf Empfehlung, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 07.09.1996.
- VOGGENAUER, Michael: Leidenschaften eines Turiners, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 20.03.1999.
- VOGGENAUER, Michael: Bildschön gefälschtes Mittelalter, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.05.1999.
- VOGGENAUER, Michael: Am Ende des alten Jahrhunderts gefragt denn je, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 24.12.1999.
- VOGGENAUER, Michael: Plüschsessel contra Kangxi-Deckelvase, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.01.2000.
- VOIGHT, Verena: Lebens-Künstler: Jobs zwischen Kunst und Kommerz, in: Handelsblatt vom 13.06.1999.
- VOIGHT, Verena: Mit neutralem Urteil die Echtheit und den Wert von Kunstwerken ermitteln, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.04.2000.
- VOIGHT, Verena: Mit Universitätswissen kommt der Kunsthistoriker nicht weit, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.09.2001.
- VOIGHT, Verena: Der Dieb, die Lücke und das Geld, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 28.06.2003.

- WACHMANN, Richard: Pinaults empire goes out of fashion, in: The Observer vom 25.05.2003.
- WADLER, Joyce: An Artist's Heirs Battle a Dealer's Ghost, in: International Herald Tribune vom 30.08.2001.
- WALDEN, George: A hammer blow to our art market, in: The Evening Standard vom 19.01.1999.
- WALL, Matthew: Web gripped by auction fever, in: The Sunday Times vom 04.04.1999.
- WALSH, Fiona: Gucci duo bid to fashion a deal, in: The Evening Standard vom 05.09.2001.
- WARD, Vivky: An Affair of the Art, in: Vanity Fair Nr. 11/2003.
- WASER, Georges: Asian Art in London, in: Neue Züricher Zeitung vom 20.11.1999.
- WASER, Georges: Kahlo-Manie, in: Neue Züricher Zeitung vom 22.03.2003.
- WATSON, Peter: Many antiquities in auctions are looted, in: The Times vom 18.04.1999.
- WATSON, Peter: Arnault paints art world red, in: The Times vom 07.05.2000.
- WATSON, Peter: Design buffs are sitting pretty, in: The Sunday Times vom 14.05.2000.
- WATSON, Peter: History under the hammer, in: The Times vom 23.04.2001.
- WATTS, Robert: Grim picture for art investors, in: The Sunday Telegraph vom 02.03.2003.
- WATTS, Robert: Art investors hung out to dry, in: The Sunday Telegraph vom 23.03.2003.
- WEDEL, Vita von: Stationen einer Sammlerleidenschaft, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.12.1999.
- WEDEL, Vita von: Keine Folgen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.03.2000.
- WEDEL, Vita von: Feuoriges Gold, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.11.2001.
- WEDEL, Vita von: Im Bodennebel?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 07.02.2004.
- WEIBEL, Peter: Freies Hirn im Cyberspace - Peter Weibel über Kunst und Medien der "Zweiten Moderne" (Spiegel-Gespräch), in: Der Spiegel Nr. 03/1999.
- WEIBEL, Peter: Die Kunst wird sich universell einmischen (Interview), in: ART Nr. 08/1999.
- WEIDELICH, Friedhelm: Ein neues Hobby für Sammler: Die Auktion im Internet, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.08.2000.
- WEIDELICH, Friedhelm: Kaufen und Verkaufen bei Ebay soll mehr Spaß machen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.09.2000.

- WEINRAUTNER, Ina: Ein treues Publikum, in: Handelsblatt vom 14./15.04.2000.
- WEINRAUTNER, Ina: Traumwesen und gefährdete Existenzen, in: Handelsblatt vom 19.09.2000.
- WEINRAUTNER, Ina: Phillips-Repräsentanz in Berlin, in: Handelsblatt vom 18.07.2001.
- WEINZIERL, Ulrich: Die Galerie der Tränen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.11.1996.
- WEISBROD, Andrea: Umstrittenes Exportgut, in: ART Nr. 04/2003.
- WELTER, Patrick: Kauft Elfenbein, rettet die Elefanten!, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 24.11.2002.
- WERNER, Michael: "Ich bin Kunsthändler und nicht Galerist", in: ART Nr. 05/1999.
- WESS, Stefan: Finden ist schöner als Suchen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.06.2000.
- WEST, Ben: Fame and Fortune, in: Gentleman Quarterly Nr. 02/2004.
- WEYER, Martin Vander: Artful Dodgers, in: Spectator vom 26.02.2000.
- WEYER, Martin Vander: Are investors switching into art?, in: The Daily Telegraph vom 24.03.2003.
- WEYMANN, Elisabeth: Viel Nachfrage, wenig Nachschub, in: Nordbayrischer Kurier vom 13.08.1998.
- WEYMANN, Elisabeth: Der virtuelle Hammer schlägt zu: Kunstauktionen im Internet, in: Leipziger Volkszeitung vom 26.02.1999.
- WIEGAND, Wilfried: Getty in der Wüste, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.03.2000.
- WIEGAND, Wilfried: In der Wagenburg, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 24.11.2001.
- WIEGAND, Wilfried: Muß es denn tatsächlich immer „Vintage“ sein?, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.10.2003.
- WIENSOWSKI, Ingeborg: „Am Ende zählt nur Qualität“ (Interview mit Harald Falckenberg), in: Art Investor Nr. 03/2001.
- WILD, Gisela: Mehrwert ist weniger, in: Süddeutsche Zeitung vom 24.02.1999.
- WILHELM, Sybille: Die Bilder der Mächtigen, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 29.12.2002.
- WILKE, Katja: Die Mittlerin, in: Handelsblatt vom 23./24.06.2000.
- WILKE, Wolfgang: Kunstmarkt: Teure Moderne?, in: Wirtschaftsanalysen – Trends Nr. 04/2000.
- WILKE, Wolfgang: Internationaler Kunst- und Antiquitätenmarkt: Boom oder Bust?, in: Wirtschaftsanalysen – Trends Nr. 02/2001.
- WILKE, Wolfgang: Kein Grund für schlechte Stimmung, in: Art Investor Nr. 03/2002.
- WILKE, Wolfgang: Mit Verstand und Leidenschaft, in: Art Investor Nr. 01/2003.

CXVIII

- WILMES, Hartmut: Gleiches Folgerecht für Europa, in: Kölnische Rundschau vom 04.06.1999.
- WILSON, John: Watching the detective, in: The Sunday Observer vom 05.08.2001.
- WINDSOR, John: Gold in the Attic, in: The Independent on Sunday vom 27.09.1998.
- WINDSOR, John: Go forth – and buy multiples, in: The Observer vom 04.02.2001.
- WINDSOR, John: Getting to the art of the market, in: The Observer vom 04.01.2004.
- WINKLER, Dieter: Biometrische Sicherheitssysteme - Ein tiefer Blick öffnet Tür und Tor, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 06.04.1999.
- WOHLGEMUTH, Matthias: Original - Kopie - Fälschung, in: Weltkunst Nr. 03/1999.
- WOLLSCHLÄGER, Joachim: Kein Saft in der Marke?, in: Handelsblatt vom 09./10.08.2002.
- WYRWOLL, Regina: Stars and Starlets, in: KUNST intern Nr. 01/1989.
- XUAN-MÜLLER, Christine: Der boomende Kunstmarkt, in: Südkurier vom 03.09.2001.
- YEE, Blythe: De Beers Pitches for the Other Hand, in: The Wall Street Journal Europe vom 15./16./17.08.2003.
- YOUNG, Robin: Gallery says £40m Rubens is not a copy, in: The Times vom 22.05.2000.
- ZEITZ, Lisa: Die Versteigerung von No. 55, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.10.1999.
- ZEITZ, Lisa: „Zeigen sie nicht auf den Auktionator!“ oder die Alten Meister schlagen zurück, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 05.02.2000.
- ZEITZ, Lisa: Nacht in Manhattan, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.09.2001.
- ZEITZ, Lisa: Alle fünf Sinne beisammen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 20.10.2001.
- ZEITZ, Lisa: Für alt und jung, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 02.03.2002.
- ZEITZ, Lisa: Eine Prinzessin für die Kunst, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 15.06.2002.
- ZEITZ, Lisa: Das ganz große Aufatmen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 09.11.2002.
- ZEITZ, Lisa: Und wer jetzt eine Immobile hat, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 21.12.2002.
- ZEITZ, Lisa: Suche eingestellt, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 01.03.2003.
- ZEITZ, Lisa: Ausgesteuert, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29.03.2003.

ZEITZ, Lisa: Zur allseitigen Erleichterung, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 10.05.2003.

ZIEGLER, Helmut: Alles bleibt anders, in: brandeins Wirtschaftsmagazin Nr. 8/2002.

ZIELBAUER, Paul: Old Auction Rivalry Jumps to Internet, in: The New York Times vom 27.01.1999.

ZIELKE, Angelika; KOTTEDER, Franz: Diesseits der Zentralperspektive, in: Süddeutsche Zeitung vom 29.11.2000.

ZUR MÜHLEN, Ilse von: Provenienzforschung an deutschen Museen – ein Nachruf?, in: Kunstchronik Nr. 06/2003.

Agenturmeldungen

AFP-New York: Auktionshäuser im Cyberspace, in: Handelsblatt vom 09.03.1999

AFP-Washington: Betrug an der Tagesordnung, in: Stuttgarter Nachrichten vom 11.04.2002.

AP-Paris: LMVH und de Beers mit Diamant-Allianz, in: Stuttgarter Nachrichten vom 17.01.2001.

AP-Gotha: Thüringen und Herzoghaus einigen sich im Streit um Kunstschatze, in: Die Welt vom 28.06.2001.

DPA-London: Zusammenarbeit von icollector und eBay, in: Handelsblatt vom 23.01.2001.

DPA-New York: New York war kein Erfolg, in: Stuttgarter Nachrichten vom 10.05.2001.

OTS/DPA-Berlin: Berlin macht Schule, in: Handelsblatt vom 26./27.01.2001.

RUT-Brüssel: Kritik am Vertriebssystem von De Beers, in: Handelsblatt vom 26.07.2001.

C.) Ehrenwörtliche Erklärung und Lebenslauf

Ich versichere, daß ich meine Dissertation ohne Hilfe Dritter und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel angefertigt und die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe. Diese Arbeit war bislang Gegenstand keiner anderen akademischen oder Staatsprüfung.

Stuttgart, den 14. April 2004

Zusatz: Ich versichere, dass die parallel publizierte elektronische Version den auf Papier gedruckten Exemplaren entspricht. Ich räume der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg das nicht ausschliessliche Recht ein, diese Fassung der Dissertation im Rahmen der gesetzlichen Aufgaben der Bibliothek zu verarbeiten bzw. in Datennetzen zur Verfügung zu stellen.

Zürich, den 1. Dezember 2005

Lebenslauf:

Dirk Boll

10.09.1970:

Geboren in Kassel, Nationalität: Deutsch

WS1990/1991 – WS 1991/1992:

Georg-August-Universität Göttingen: Studium der Rechtswissenschaften

SS 1992 – WS 1994/1995:

Albert-Ludwigs-Universität Freiburg i. Br.: Studium der Rechtswissenschaften

(1995 – 1997:

Juristisches Referendariat, OLG-Bezirk Stuttgart)

WS1997/1998 – WS1999/2000:

Pädagogische Hochschule Ludwigsburg: Aufbaustudium Kulturmanagement